

Yritysvastuun testimittariston kehittäminen.

Case: Kuluttaja-lehti

Maria Pehkonen

Tekijä(t) Maria Pehkonen	
Koulutusohjelma Liiketalous	
Opinnäytetyön otsikko Yritysvastuun testimittariston kehittäminen. Case: Kuluttaja-lehti	Sivu- ja liitesivumäärä 38 + 3
Opinnäytetyön otsikko englanniksi Developing the corporate responsibility measuring system. Case: Kuluttaja-magazine	
<p>Vastuullisuus on trendi, joka on saanut pysyvän jalansijan liike-elämässä. Kuluttajat ovat päivä päivältä tietoisempia vastuullisuuteen liittyvistä kysymyksistä ja osaavat myös vaatia tätä yrityksiltä. Yritysvastuun mittaamenetelmät, käytänteet ja raportit voivat kuitenkin olla pitkiä ja raskaslukuisia, eikä nykyajan kuluttajilla ole aikaa selata niitä kaikkia läpi ennen seuraavaa ostopäätöstään.</p> <p>Kuluttaja-lehti on hyötylehti ja samalla Suomen ainoa kuluttaja-asioihin erikoistunut aikakauslehti. Lehden rooli aikakauslehtimarkkinoilla on poikkeuksellinen, sillä se toimii täysin puolueettomasti, eikä täten julkaise sivuillaan mainoksia. Kuluttaja-lehti on huomannut kuluttajien tarpeen vastuullisuustiedolle ja on vastannut tähän julkaisemalla lehdessään yritysvastuuvertailuja ja -tutkimuksia.</p> <p>Tämä vertaileva benchmarking-tutkimus on osa laajempaa kehittämisprojektia, joka on tehty toimeksiantona Kuluttaja-lehdelle syksyn 2015 aikana. Koko projektin tavoitteena oli vertailla Kuluttaja-lehden nykyistä yritysvastuun mittaristoa muihin olemassa oleviin mittaristoihin ja ratkaisuihin. Tulosten pohjalta haluttiin kehittää Kuluttaja-lehden mittaristoa, jonka avulla lehdessä julkaistavat yritysvastuuvertailut ja -tutkimukset tehdään.</p> <p>Tässä opinnäytetyössä vertaillaan Kuluttaja-lehden yritysvastuun mittariston sisältöä muihin tutkimukseen valittujen toimijoiden mittaristojen sisältöön. Tutkimuksen tulokset koottiin kolmeen laajaan Excel-taulukoon. Tulosten perusteella selvitettiin muun muassa sitä, kuinka kattava nykyinen mittaristo on ja, miten sitä voitaisiin muokata tarkoitustaan entistä paremmin palvelevaksi.</p> <p>Tutkimustulokset osoittivat, että Kuluttaja-lehden mittaristo suoriutuu hyvin verrattuna muihin olemassa oleviin toimijoihin ja on selvästi ajan tasalla yritysvastuun uusimmistakin aihealueista. Tutkimustulosten pohjalta voitiin myös todeta, että samat, teoriapohjassa esitetyt yritysvastuun mittaamiseen liittyvät ongelmat ovat haasteita myös käytännön tasolla.</p>	
Asiasanat yritysvastuu, ympäristövastuu, sosiaalinen vastuu, taloudellinen vastuu, raportointi, vertailu	

Sisällys

1	Johdanto.....	2
1.1	Kuluttaja-lehden kuvaus.....	3
1.2	Tutkimusongelma ja tavoitteet sekä rajaukset.....	3
1.3	Työn rakenne	4
2	Yritysvastuu	5
2.1	Taloudellinen vastuu	6
2.2	Ympäristövastuu	7
2.3	Sosiaalinen vastuu	8
2.4	Kritiikkiä yritysvastuusta.....	8
3	Yritysvastuun mittaaminen ja raportointi	10
3.1	Raportointi.....	10
3.2	Yritysvastuun mittaaminen	11
3.3	Yritysvastuuraportoinnin ohjeistot ja suuntaviivat	12
4	Teorian yhteenveto.....	14
5	Tutkimuksen toteutus	16
5.1	Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu	16
5.2	Menetelmävalinnat perusteluineen	17
6	Tutkimuksen tulokset.....	19
6.1	Yritysvastuun muut mittarit.....	19
6.2	Mitatuimmat alakohdat.....	23
6.3	Mitkä ovat Kuluttaja-lehden nykyisen mittariston vahvuudet?	25
6.4	Mitkä ovat Kuluttaja-lehden nykyisen mittariston heikkoudet ja puutteet?	27
6.5	Yhteenveto	30
7	Pohdinta	31
7.1	Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla	31
7.2	Tutkimuksen luotettavuus	31
7.3	Kehitysehdotukset ja sovellettavuus	32
7.4	Jatkotutkimusehdotukset	33
7.5	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	34
	Lähteet	35
	Liitteet	39
	Liite 1. Taloudellisen vastuun vertailutaulukko	39
	Liite 2. Sosiaalisen vastuun vertailutaulukko	40
	Liite 3. Ympäristövastuun vertailutaulukko	41

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön lähtökohtana on toimeksianto, jonka ryhmä Haaga-Helia ammatti-korkeakoulun opiskelijoita sai Kuluttaja-lehdeltä syksyllä 2015. Toimeksiannosta alkoi laajempi kehittämisprojekti, jonka tarkoituksena oli verrata lehden nykyistä yritysvastuuta mittaavaa testimittaristoa muihin olemassa oleviin mittaristoihin ja raportointimenetelmiin. Päättävöitteena kehittämisprojektissa oli selvittää Kuluttaja-lehden oman testimittariston tilanne suhteessa muihin toimijoihin ja poimia tulosten pohjalta parhaat käytänteet mittariston kehittämiseksi.

Kannattava liiketoiminta edellyttää yhä enenevässä määrin vastuullisuutta ja sidosryhmien huomioon ottamista. Kuluttajat ovat entistä tietoisempia vastuullisuusasioista ja osaavat myös vaatia sitä yrityksiltä ja kuluttamiltaan tuotteilta. Kuluttaja-lehti on ottanut tämän huomioon ja julkaisee lehdessään vertailuja ja tutkimuksia, jotka mittaavat tuotteiden, yritysten tai palveluiden vastuullisuutta. Vertailuista saadut tulokset ovat uskottavia, sillä Kuluttaja-lehti toimii täysin puolueettomasti, eikä esimerkiksi julkaise ollenkaan mainoksia lehdessä tai nettisivuillaan.

Kiinnostavaksi kehittämisprojektin tekee sen ajankohtaisuus. Yritysvastuu on vakiinnuttanut paikkansa liiketoiminnassa ja yhä useampi yritys julkaisee yritysvastuuraportin tai vaihtoehtoisesti raportoi vastuullisuudestaan osana vuosikertomusta. Yritysvastuuraportteja on kuitenkin kritisoitu siksi, että niiden keskenään vertaileminen on vaikeaa. Ainakaan toistaiseksi niille ei ole luotu pakollista yhtenäistä raportointipohjaa, mikä mahdollistaa sen, että yritykset voivat käytännössä kirjoittaa yritysvastuuraporttiinsa vain haluamistaan seikoista. Tämä saa helposti yrityksen vastuullisuusasiat näkymään paremmassa valossa kuin ne oikeasti ovatkaan.

Tavallisille kuluttajille Kuluttaja-lehden tarjoamat tutkimukset ja vertailut vastuullisuusky-symyksistä tuovat kaivatun avun yritysvastuun viidakkoon. Kuluttajien on helpompi tehdä vastuullisia ostopäätöksiä, kun tiedon tarjoajana toimii puolueeton taho, eikä kuluttajan tarvitse itse alkaa selata pitkiä raportteja ja yritysten nettisivuja. Kuluttaja-lehti lähtikin kehitysojektiin mukaan taatakseen kuluttajille entistä tarkempaa tietoa yritysvastuusta ja täyttääkseen lupauksensa testaamisesta, tutkimisesta ja puolustamisesta.

1.1 Kuluttaja-lehden kuvaus

Kuluttaja-lehti (Jatkossa Kuluttaja-lehti tai Kuluttaja) on Suomen ainoa kuluttaja-asioihin erikoistunut aikakauslehti ja digipalvelu. Kuluttaja julkaisee vertailuja sekä vertailevia tuotteiteja, joiden tarkoituksena on helpottaa lukijoiden valintoja kaupassa sekä kannustaa yrityksiä kehittämään ja tuomaan markkinoille entistä parempia tuotteita. Kuluttaja testaa puolueettomasti ja siksi suurin osa testeistä tehdään kansainvälisenä yhteistyönä International Consumer Research and Testing – organisaation (ICRT) osakkaiden kanssa, tarkoin valituissa laboratorioissa. Testattavat tuotteet ostetaan kaupoista tavallisten kuluttajien tavoin, eikä niitä oteta testattavaksi yrityksiltä. (Kuluttaja 2015a).

Testauksen lisäksi Kuluttaja-lehti julkaisee tutkimuksia, joissa vertaillaan hintoja, laatua, sekä valmistuksen eettisyyttä. Tutkimukset nojaavat vain luotettavaan tutkimustietoon ja asiantuntijoihin. Lehti auttaa tavallisia kuluttajia tuntemaan oikeutensa ja pitämään puolensa. Kuluttajan tavoitteena on antaa selkeitä ohjeita turvallisten ja ympäristöystävällisten valintojen tekemiseksi sekä lisätä tietoutta muun muassa huijauksista ja vaarallisista tuotteista. (Kuluttaja 2015b.)

Vuodesta 2014 lähtien Kuluttajaa on julkaissut Kuluttajaliiton perustama, mutta siitä erillinen yhdistys, Kuluttajatietoisuuden edistämisyhdistys (Kery). Kuluttajassa ei julkaista lainkaan mainoksia, jonka vuoksi sen olemassaolo riippuu yksityisistä tilaajista. Vuonna 2014 painetulla Kuluttajalla oli noin 21 500 tilaajaa ja lukijoita yhteensä noin 54 500. Painettu Kuluttaja ilmestyy 8 kertaa vuodessa. Tilaa jille tarjotaan myös digipalvelu, jonka kautta voi lukea lehden digitaalisesti tai vaikkapa tutustua testipankkiin ja vanhoihin numeroihin. (Kuluttaja 2015b.)

Kuluttaja-lehti on julkaissut yritysvastuuseen ja eettisyyteen perustuvia vertailuja nykyisellään vuoden 2013 syksystä saakka. Lehti on ehtinyt julkaista vertailut muun muassa appelsiinimehuista, tablettitietokoneista, lenkkikengistä, kahvista, mädäistä ja suklaakonvehdeista. Vastuullisuuteen liittyvät vertailut on otettu lehteen mukaan muun muassa niiden kysynnän ja ajankohtaisuuden vuoksi. (Kuluttaja 2015c.)

1.2 Tutkimusongelma, sekä tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli löytää parhaat käytänteet yritysvastuun mittaamiseen, sekä verrata muiden, yritysvastuuta mittaavien tahojen käytänteitä Kuluttaja-lehden nykyisiin käytäntöihin. Tutkimus toteutettiin käyttäen apuna benchmarking ja brainstorming tutkimusmenetelmiä. Tutkimuksen tavoitteena oli vastata seuraaviin kysymyksiin:

Pääongelma: Miten Kuluttaja-lehden nykyistä yritysvastuun testimittaristoa voidaan parantaa? Tutkimuksen pääongelmaan vastattiin käyttämällä tukena alakysymyksiä:

1. Mitä muita yritysvastuun testaukseen erikoistuneita mittaristoja on olemassa?
2. Mitkä ovat näiden mittaristojen mitatuimmat osa-alueet?
3. Mitkä ovat Kuluttaja-lehden nykyisen mittariston vahvuudet?
4. Mitkä ovat Kuluttaja-lehden nykyisen mittariston heikkoudet ja puutteet?

1.3 Työn rakenne

Työn rakenne noudattaa seuraavaa kuvausta;

Kappaleessa:

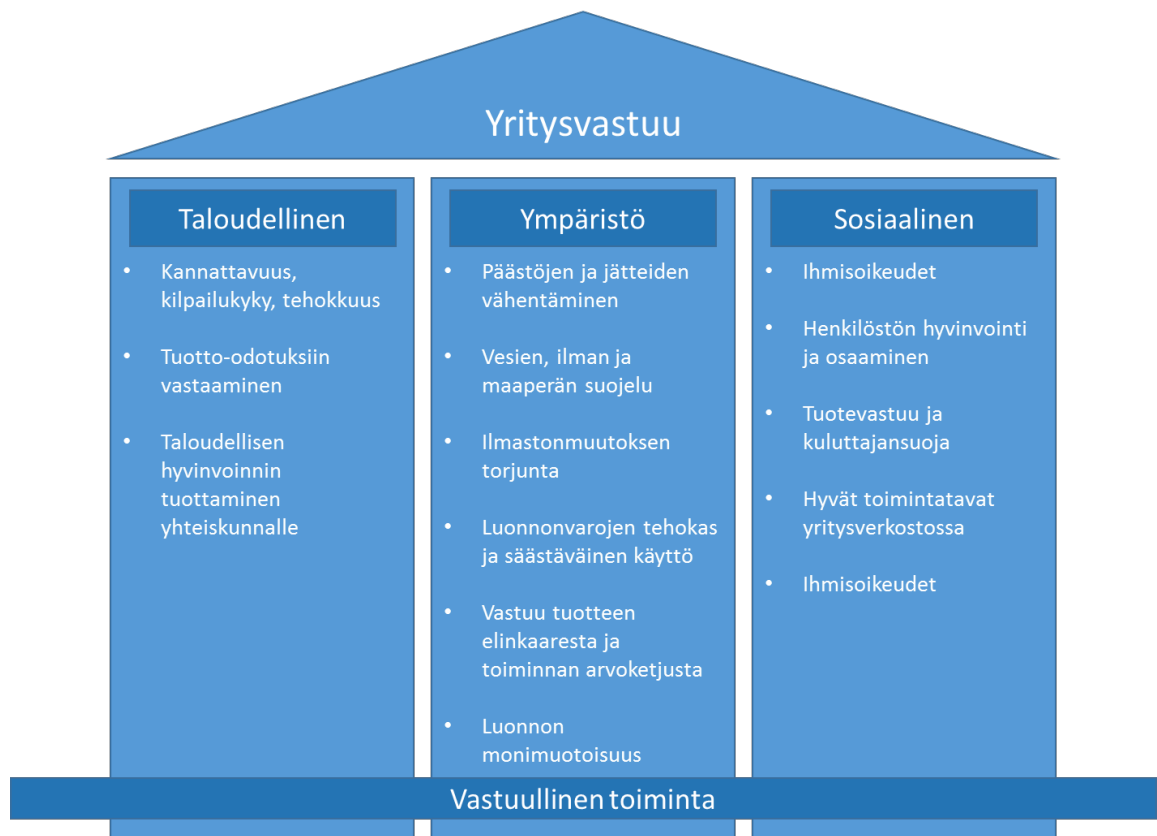
- 2 käsitellään yritysvastuuta, sen osa-alueita ja ajankohtaista kritiikkiä yritysvastuuseen liittyen
- 3 käsitellään yritysvastuun mittaamista ja raportointia
- 4 käsitellään teorian yhteenveto
- 5 käsitellään tutkimuksen toteutusta
- 6 käsitellään tutkimuksen tuloksia
- 7 käsitellään pohdintaa

2 Yritysvastuu

Yritysvastuuseen liittyvä terminologia kehittyy jatkuvasti. Yritysvastuun rinnalla on käytetty myös muun muassa termejä yhteiskuntavastuu, kestävä kehitys, eettinen liiketoiminta, sekä vastuullinen yritystoiminta. Suomessa Elinkeinoelämän Keskusliitossa on esimerkiksi päädytty käyttämään käsitettä vastuullinen yritystoiminta (Harmaala & Jallinoja 2012, 17). Tässä opinnäytetyössä käytetään kuitenkin termiä yritysvastuu ja rajataan termi ”yhteiskuntavastuu” koskemaan muun muassa muiden organisaatioiden, kuten julkisen sektorin toimijoiden vastuuta. (FIBS 2016a.)

Yritysvastuu liittyy suoraan yrityksen ja yhteiskunnan väliseen vuorovaikutukseen. Yritystoiminta vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan ja ympäristöön, mutta myös päinvastoin. Yhteiskunta ja ympäristö vaikuttavat monin eri tavoin yritystoiminnan edellytyksiin (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2013, 17). Yritysvastuun määritelmiä on useita ja ne vaihtelevat lähinnä painotuksiltaan. Esimerkiksi Euroopan komission määritelmän mukaan yritysvastuu on yritysten vastuuta toimintansa yhteiskunnallisista vaikutuksista, kun taas brittiläinen Business in the Community-yritysvastuuverkosto määrittelee yritysvastuun olevan bisnestä josta hyötyy paitsi yritys, niin myös yhteiskunta. (FIBS 2016b.)

Yritysvastuu jaetaan usein perinteisesti kolmeen osa-alueeseen: taloudelliseen vastuuseen, ympäristövastuuseen sekä sosiaaliseen vastuuseen. Elinvoimainen, menestyvä ja pitkäikäinen yritys toimii vastuullisesti yritysvastuun kaikilla kolmella osa-alueella. Käytännön toimenpiteiden tasolla näitä elementtejä on kuitenkin vaikea erottaa toisistaan, sillä ne ovat keskenään riippuvuussuhteessa (Harmaala ym. 2012, 18). Jokaisen yrityksen ja organisaation ei kannata lähteä kattamaan erikseen näiden osa-alueiden jokaista alakohtaa. Yrityksen on tärkeää määritellä itse, mitä vastuullisuus tarkoittaa ja edellyttää sen toiminnassa. Yritykselle sopivat käytännön toimenpiteet löydetään, kun otetaan huomioon sen toimiala, koko, markkina-alue, liiketoiminnan tavoitteet sekä yrityksen keskeisten sidosryhmien odotukset. Näiden tekijöiden avulla voidaan määritellä yrityksen oman liiketoiminnan, kestävä kehityksen ja sidosryhmien kannalta olennaisimmat kysymykset ja keskittyä kehittämään yrityksen toimintaa näillä osa-alueilla. Vastuullisuus toteutuu yrityksessä parhaiten silloin, kun yritys on omaehtoisesti sitoutunut vahvistamaan sitä osana toimintansa kehittämistä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2016; FIBS 2016c.)



Kuva 1. Yritysvastuun ulottuvuudet (mukailtu Niskala ym. 2013, 7)

2.1 Taloudellinen vastuu

Taloudellinen vastuu keskittyy tarkastelemaan yrityksen pitkän aikavälin taloudellisia toimintaedellytyksiä ja yrityksen toiminnasta syntyvien rahavirtojen jakautumista eri sidosryhmille ja alueille. Se on vastuuta yrityksen tehokkuudesta, kannattavuudesta ja kilpailukykyvyydestä. Juuri kannattavuus onkin edellytys sille, että yritys voi tuottaa taloudellista hyvinvointia yhteiskunnalle, sekä toimia vastuullisesti toimintaympäristössään. Hoitaakseen ympäristö- ja sosiaalisen vastuun perusedellytykset on yrityksen taloudellisen vastuun oltava kunnossa, sillä konkurssikypsä yritys ei kykene huolehtimaan ympäristö- ja sosiaalisen vastuun velvoitteistaan. (Jussila 2010, 60; Lehtipuu & Monninen 2007, 66.)

Taloudelliseen vastuuseen liittyy usein kysymys siitä, millä tavoin yritys luo taloudellista hyvinvointia ympäröivään yhteiskuntaan. Tällöin joudutaan tekemään päätöksiä siitä, pyritäänkö taloudellisesti maksimaaliseen tulokseen lyhyellä aikavälillä vai investoidaanko pidemmän aikavälin hankkeisiin, jotka tuottavat mahdollisesti hedelmää vasta vuosien päästä. Yrityksillä on mahdollisuus vaikuttaa merkittävästi toimintaympäristöjensä taloudelliseen hyvinvointiin esimerkiksi ostojen, investointien tai erilaisten yhteishankkeiden kautta. Yhä useampien yritysten ja sidosryhmien keskuudessa on yleistynyt ajatus, ettei niiden tarvitse tavoitella maksimaalista voittoa hinnalla millä hyvänsä, vaan että myös yrityksen sosiaalisilla – ja ympäristövaikutuksilla on merkitystä pitkässä juoksussa. Yrityksen

toimintaa voi ajatella kestävässä kehityksessä, mikäli hyötyjä ajatellaan myös seuraavan sukupolven näkökulmasta. (Harmaala ym. 2012, 18–19; Rohweder 2004, 98.)

2.2 Ympäristövastuu

Ympäristökysymykset ovat olleet laajan yleisen keskustelun kohteena jo pitkään. Ympäristövastuu tarkastelee kokonaisvaltaisesti yrityksen toiminnan vaikutuksia ympäristöön. Siihen liittyvät keskeisesti kysymykset tehokkaasta ja säästäväisestä luonnonvarojen käytöstä, vesien, ilman ja maaperän suojelusta, kemikaalien ja jätteiden vähentämisestä, luonnon monimuotoisuuden turvaamisesta sekä ilmaston muutoksen torjumisesta. Yrityksen oman toiminnan tarkastelun lisäksi, siihen liittyy myös yhteistyökumppaneiden tarkastelu, yrityksen tuotteiden elinkaari, tuotteiden käyttö, sekä tuotteiden käytön vaikutukset lopullisessa sijoitusympäristössään. Vastuullinen yritys tiedostaa, mitkä ovat sen keskeiset ympäristövaikutukset ja kuinka ne aiheutuvat. Se tuntee lainsäädännön ja on perillä muutostarpeistaan. (Jussila 2010, 78; Niskala ym. 2013, 18; Harmaala ym. 2012, 22.)

Ympäristövastuun piiriin mahtuu lukuisia aiheita ja ongelmia. Useimpien yritysten ei onneksi tarvitse etsiä toimintamalleja ja ratkaisuja niihin kaikkiin. Tarkastelemalla yrityksen toiminnan erilaisia osa-alueita, voidaan ympäristövastuusta erottaa yrityksen toiminnan omat ympäristövaikutukset, yrityksen tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutukset, yhteistyökumppaneiden ympäristövaikutukset, sekä muut yrityksen välilliset ympäristövaikutukset. Lukuisat sidosryhmät seuraavat ja tutkivat ympäristöasioita. Tämän myötä syntyykin uusia, jatkuvasti tarkempia ja parempia mittareita ja menetelmiä ympäristöasioiden seurantaan ja kehittämiseen. (Jussila 2010, 79; Kuisma 2015, 17.)

Käytännön arjessa ympäristövastuu näkyy muun muassa tuoteprosessien kehittämisessä, kiinteistöjen hallinnassa, toimintaympäristöjen kehittämisessä sekä tuote- ja palvelukehityksessä. Jotkut yritykset ovat myös ottaneet tehtäväkseen kehittää sellaista tekniikkaa ja ratkaisuja, jotka parantavat muun muassa tuotantoprosesseja ja ekotehokkuutta. Yhä useammin tavallisiin tuotteisiin pyritään lisäämään jokin kierrätysliiketoimintaan perustuva ratkaisu. (Harmaala ym. 2012, 22.)

Yrityksen toiminnan omat ympäristövaikutukset syntyvät suoraan yrityksen toiminnasta, kuten tuotteiden tuottamisesta ja toiminnan pyörittämisestä. Näihin vaikutuksiin kuuluvat muun muassa yrityksen käyttämien rakennusten, tuotantolaitosten, koneiden ja laitteiden ympäristövaikutukset sekä vaikutukset, jotka syntyvät suoraan työntekijöiden työskentelystä yrityksessä. Omien ympäristövaikutusten osalta voidaan seurata esimerkiksi yrityk-

sen omaa energiankulutusta, syntyviä jätteitä ja päästöjä sekä materiaalien ja raaka-aineiden kulutusta. (Jussila 2010, 79.)

Yhteistyökumppaneiden osalta tarkastellaan samoja ympäristövaikutuksia kuin yrityksen oman toiminnan kanssa. Yritykset ovat nykyään myös velvoitettuja seuraamaan ja ohjaamaan yhteistyökumppaneidensa toiminnan ja toimintatapojen ympäristövaikutuksia. Yhteistyökumppanit muodostavat yrityksen oman toiminnan kanssa kokonaisuuden, joka mahdollistaa yrityksen tuotteiden ja palveluiden valmistamisen ja jakelun asiakkaille. (Jussila 2010, 80.)

2.3 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalisen vastuun pääpaino on siinä, miten yritys toimii suhteessa sidosryhmiin. Sen piiriin kuuluu muun muassa huolehtiminen henkilöstön hyvinvoinnista, kehittymisestä ja osaamisesta, ihmisoikeuksien kunnioittaminen, ihmisoikeudet, tuotevastuu- ja kuluttajan-suojakysymykset sekä yhteistyö yritysverkostossa. (Niskala ym. 2013, 18.)

Sosiaalisesta vastuusta puhuttaessa nousee ensimmäiseksi esiin yrityksen toiminnan vaikutukset kohteena oleviin ihmisiin, pääasiassa henkilöstöön. Yhteiskunnan näkökulmasta katsottuna voidaan taas ajatella yrityksillä olevan vastuuta myös esimerkiksi työllistämisen edistäjinä ja työpaikkojen vähentämisen minimoijana. Yrityksen toimet eivät tässä tapauksessa vaikuta ainoastaan sen sisällä, vaan myös välillisesti sen yhteistyökumppaneihin ja alihankkijoihin. (Harmaala ym. 2012, 20.)

Hyvinvointivaltioiden osalta asiat ovat hyvin, sillä monet sosiaaliset velvollisuudet, kuten työturvallisuus, ihmis- ja työoikeudet ja työhyvinvointi on määritelty laissa. Lisäksi muun muassa Pohjoismaissa ammattiyhdistysliikkeet, yritykset ja julkinen valta neuvottelevat parhaista käytänteistä yhdessä. Asiakkaiden kannalta yrityksillä on vastuu tuoteturvallisuudesta ja kuluttajansuojan kehittämisessä. Sosiaalisesta vastuuseen kuuluu avoin vuorovaikutus sidosryhmien kanssa, sekä yhteistyön kehittäminen. Sosiaalinen vastuu näkyy käytännön arjessa muun muassa henkilöstö- ja koulutuspolitiikassa, sopimuspolitiikassa, laadunvalvonnassa, yrityksen johtamis- ja ohjauskeinoissa, sekä yrityksen sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä. (Harmaala ym. 2012, 20–21.)

2.4 Kritiikkiä yritysvastuusta

Niin kuin mikään muukaan alue, ei yritysvastuukaan ole säästynyt kritiikiltä. Suurimpana kritiikin aiheena on kautta aikain ollut kysymys siitä, miten toimia vastuullisesti niin, että yritystoiminta olisi silti kannattavaa, tehokasta ja täyttäisi sidosryhmien tarpeet. Jotkut ta-

hot ovat myös kritisoineet sitä, että yritysvastuu on keskittynyt liikaa vastaamaan vain kysymykseen ”miten tehdään” kun kysymykset ”mitä yritysvastuu on” ja ”miksi yrityksen tulisi toimia vastuullisesti” ovat jääneet kokonaan vastaamatta. (Blowfield M. & Murray A. 2014, 312–313.)

Hyvän yritysvastuuraportoinnin tulisi heijastaa myös eri sidosryhmien näkemyksiä yrityksen toiminnasta ja kannustaa vuorovaikutukseen. Yritys vastuuta kritisoivat ovat kuitenkin nähneet yritys vastuun usein pelkkänä viestintästrategiana, jolla pyritään ohjaamaan julkinen huomio yritykselle edullisiin asioihin. Suuren ongelman yritys vastuun etiikalle määrittelee yritysten mahdollisuus määritellä yritys vastuun sisältö ja vaikuttaa siihen, mitkä teot ja periaatteet saavat julkisuutta. Valitettavan moni yritys vastuuraportista kertoo tarinaansa ainoastaan yrityksen itsensä näkökulmasta. Muun muassa brittiläinen kansalaisjärjestö Christian Aid on ilmaissut yritys vastuussa olevan kyse siitä, että yritykset itse määrittelevät mitä vastuullisuus on ja lupaavat sitten käyttäytyä sen mukaisesti. (Malmelin K. 2011, 33–35; Mäkelä H. 2013.)

3 Yritysvastuun mittaaminen ja raportointi

Suorituskyvyn mittaaminen ja raportointi luovat pohjan liiketoiminnan kehittämiseksi ja vastuullisuuden tulosten linkittämiseksi liiketoimintaan. Yritysvastuun mittaamisessa tärkeintä ei olekaan erilaisten mittareiden määrä, vaan mitattujen asioiden laatu ja tuotetun informaation lisäarvo sidosryhmille. Vastuullisuuteen liittyvän mittaamisen kehittyminen on välttämätöntä, jotta yritysvastuun liiketoiminnallisia hyötyjä ja vaikutusta pitkän aikavälin taloudelliseen menestykseen voidaan arvioida. Tarvitaan siis sellaisia mittareita, tavoitteita ja seurantaa, jotka palvelevat suoraan yritystoiminnan strategiaa ja johtamista. (Niskala 2014; Pajunen 2014.)

Vaikka yritys itse olisikin haluton määrittelemään tai mittaamaan omaa vastuullisuuttaan, joku ulkopuolinen taho voi sen kuitenkin tehdä. Nykypäivänä markkinoilla on useita yrityksiä ja yhteisöjä, jotka mittaavat yritysten vastuullisuutta erilaisten kriteereiden ja indikaattorien avulla. Näistä mittauksista saatu informaatio kiinnostaa erityisesti yritysten sidosryhmiä ja tietysti myös yritystä itseään. Mittaamisesta hyötyvät lopulta kaikki, sillä ulkopuolisen arvioijan tunnustus vastuullisesta toiminnasta todennäköisesti innostaa yritystä kehittämään toimintaansa edelleen. (Rohweder 2004, 115.)

Usein yrityksen johto on saatava vakuuttumaan siitä, kuinka tärkeä suhde kestävän kehityksen ja taloudellisen suorituskyvyn välillä on, ennen kuin useimmat ovat valmiita tekemään muutoksia. Yritysten johdon on siis hyvä ymmärtää, millaisia tuloksia vastuullisilla sosiaalisen, taloudellisen ja ympäristön parannuksilla voidaan saada aikaan ja miten ne näkyvät tuloksissa. Yhteisten tavoitteiden saavuttaminen on helpompaa, kun yrityksessä vallitsee kulttuuri, jossa sen jokainen työntekijä ymmärtää tarkalleen johdon asettamat tavoitteet yritysvastuun alueella. (Epstein & Buhovic 2014, 121.)

3.1 Raportointi

Yritysvastuun raportoinnin tarkoituksena on kuvata yrityksen suorittamia vastuullisuutta edistäviä toimenpiteitä sekä niiden avulla saavutettuja yhteiskunnallisia lopputuloksia. Raportoinnin pääasiallisena tehtävänä on tuottaa tietoa, josta on lopulta myös liiketoiminnallista hyötyä. Yritysvastuuseen lähtökohtina toimiva mitattavuuden ja avoimuuden periaate ei voi toteutua, mikäli yritysvastuun toimenpiteistä ja saavutuksista ei raportoida. Raportoinnissa on myös tarkoitus kuvata niitä menetelmiä, jonka avulla toimenpiteitä tulevaisuudessa valitaan ja johdetaan, sekä tuoda laajasti informaatiota päätöksenteon tueksi. (Harmaala ym. 2012, 221–222; Jussila 2010, 144; Niskala 2014.)

Yritysvastuun raportointia suunniteltaessa on tärkeää vertailevuuden varmistaminen. On hyvä pyrkiä siihen, että omat vaikutukset ja saavutukset olisivat helposti vertailtavissa muihin samankaltaisiin ja samalla toimialalla toimiviin yrityksiin. Kansainvälisten ohjeistusten myötä yritysvastuun raporttien vertaileminen on onneksi tullut edes hieman helpommaksi. Tästä huolimatta yksi raportoinnin keskeisimmistä ongelmista on standardisoitujen raportointikäytäntöjen puute, mikä aiheuttaa sen, että raporttien sisältö on hajanaista. Toisaalta raportoinnin omaehtoisuus ja vapaamuotoisuus antavat yrityksille tilaa huomioida oman liiketoimintansa ja sidosryhmien kannalta olennaisimmat kysymykset. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2016; Harmaala ym. 2012, 222; Jussila 2010, 144.)

Yritysvastuusta raportoidessa on hyvä pitää mielessä mitattavuuden käsite. Sen avulla pyritään yhtenäistämään yritysvastuuta ja myös osaltaan helpottamaan eri yritysten yritysvastuun luotettavaa arviointia. Yritysten olisi hyvä pyrkiä siihen, että toiminnan todelliset vaikutukset yhteiskuntaan voitaisiin selvittää ja mitata. (Jussila 2010, 19.)

Raportoinnissa ongelmana on myös se, että yritysvastuuraporttien kohderyhmää on hyvin vaikea määrittää sen laajuuden vuoksi. Kun kohderyhmä on määrittelemätön raportit paisuvat joko niin pitkiksi, ettei niitä jaksakaan lukea tai jotakin olennaista tietoa on ehkä jätettävä pois. Yritysvastuun raportoinnin ollessa vapaaehtoista, yrityksen voivat helposti vääristellä totuutta, jättämällä kertomatta joitakin olennaisiakin yksityiskohtia. Suurien yhtiöiden kohdalla onkin tehtävä raportoidessa päätöksiä esimerkiksi siitä, minkä tuotantolaitosten vaikutukset kirjataan ja minkä ei. Tämä vaikeuttaa eri yhtiöiden välisten raporttien vertailua entisestään. (Blowfield & Murray 2011, 184.)

3.2 Yritysvastuun mittaaminen

Faktatiedon raportointi on kaiken vastuullisuusraportoinnin perusta ja sen keruu raportoinnin työläin vaihe. Esimerkiksi Suomen kirjanpitolautakunnan mukaan tiedonkeruun tulisi olla koko yrityksen laajuista, mutta tästä ohjeesta poiketaan valitettavan usein. Syinä tähän voi olla esimerkiksi se, että kaikkia yrityksen osia ei pidetä vastuullisuuden näkökulmasta yhtä tärkeinä tai tietojen saanti joistakin yrityksen osista on hankalampaa. (Kuisma & Temmes 2011, 274.)

Yritysvastuun mittaamisen kannalta tärkeitä käsitteitä on olennaisuus. Olennaisuudella pyritään ohjaamaan yritysvastuun panostuksia oikeaan ja yhteiskunnan kannalta merkittävään suuntaan. Yritysten on siksi huolehdittava siitä, että panostetaan oikeisiin asioihin liiketoiminnasta täysin irrallisten sijaan. (Jussila 2010, 19.)

Ympäristövastuun osalta peruselementit ovat luonnonvarojen kestävän käytön edistäminen ja ympäristön pilaantumisen estäminen. Tunnusluvut vaihtelevat toimialoittain, mutta keskeisimpiä mitattavia indikaattoreita ovat muun muassa raaka-aineiden ja energian käyttö, jätteiden tuotanto, sekä päästöt vesiin ja ilmaan. Yhtenä ympäristövastuun mittauksen suurimpana ongelmana pidetään sitä, miten yritysten tulisi raportoida käyttämiensä indikaattorien keskinäisistä suhteista, sillä osa ympäristövaikutuksista on paikallisia ja osa globaaleja. (Kuisma & Temmes 2011, 274–275.)

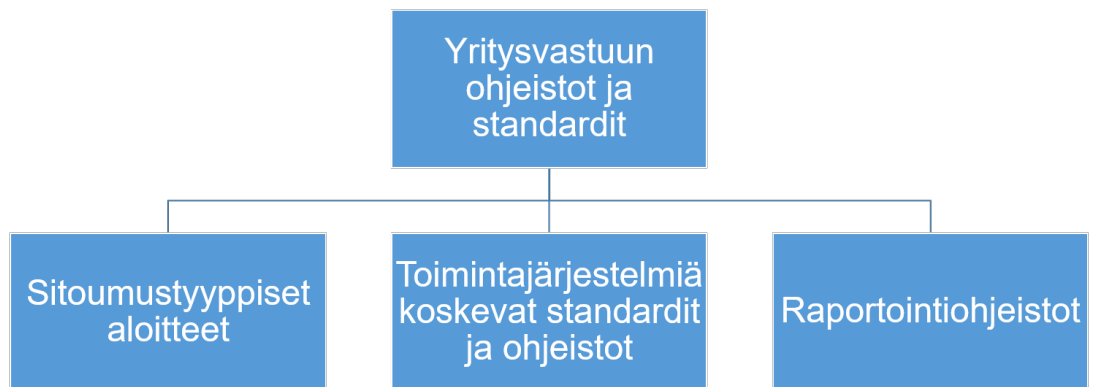
Sosiaalisen vastuun mittarit keskittyvät arvioimaan yrityksen toiminnan vaikutuksia ihmisiin yrityksen sisällä ja sen vaikutuspiirissä. Henkilöstöraportointi, eli perustiedot yrityksen työntekijöistä ja heidän hyvinvoinnistaan on tärkeä osa yrityksen sisäistä vastuullisuutta. Ongelmia aiheuttaakin usein alihankintaketjujen vastuullisuus. Miten varmistaa alihankintaketjun vastuullisuus maiden lainsäädäntöjen ollessa hyvin erilaisia? Suomessa esimerkiksi lapsityövoiman käyttö on laissa kielletty, mutta näin ei välttämättä ole kaikissa yrityksen toiminta-alueeseen kuuluvissa maissa. (Kuisma & Temmes 2011, 275.)

Taloudellinen vastuu on yritysraportoinnin uusi tulokas. Se saatetaan usein ohittaa siksi, että jo olemassa olevaa taloudellista raportointia pidetään riittävänä. Taloudellisen vastuun raportointi ja mittaaminen vaatii erityisindikaattoreita, jotka kykenevät kuvaamaan pidemmän aikavälin muutoksia. Taloudellista vastuuta mitataan muun muassa tulonjaon indikaattorein, jotka mittaavat hyväntekeväisyyttä, palkkoja, veronmaksua, sekä suhteita alihankkijoihin ja asiakkaisiin. Olennaista on myös mitata yrityksen panostusta tutkimukseen ja kehitykseen. (Kuisma & Temmes 2011, 276.)

3.3 Yritysvastuuraportoinnin ohjeistot ja suuntaviivat

Raportointiin velvoittavat säädökset eivät useinkaan anna ohjeistusta itse raportin sisällön kehittämiseen. Erilaiset yritys vastuun ohjeistot ja suuntaviivat auttavat yrityksiä löytämään juuri heille keskeisimmät vastuullisuuteen liittyvät kysymykset, mutta niistä on apua myös niiden mittaamisessa ja läpinäkyvyydessä. (Niskala 2014.)

Keskeisimmät vapaaehtoisuuteen perustuvat ohjeistot ja standardit voidaan jakaa karkeasti kolmeen eri ryhmään: sitoumustyyppisiin aloitteisiin, toimintajärjestelmiä koskeviin standardeihin ja ohjeistoihin sekä raportointiohjeistoihin. (Niskala ym. 2013, 52.)



Kuva 2. Yritysvastuun ohjeistot ja standardit

Sitoumustyyppiset aloitteet toimivat lähinnä ottamalla kantaa siihen, mitä vastuulliseen yritystoimintaan liittyviä asioita yritysten toivotaan huomioivan. Ne eivät varsinaisesti puutu siihen, miten vastuullista yritystoimintaa pitäisi käytännössä toteuttaa, eivätkä siten myöskään mittaa mitään. Keskeisiä sitoumustyyppisiä aloitteita ovat muun muassa YK:n Global Compact ja OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille. (Niskala ym. 2013, 52.)

Toimintajärjestelmiin liittyvät standardit pyrkivät auttamaan organisaatioita yritysvastuun käytännön toteuttamisessa. Esimerkiksi sosiaalisen laskentatoimen ja sidosryhmäteorian ajatuksiin perustuva AA1000S-standardisarja ja ympäristöjohtamiseen liittyvä ISO 14000- standardisarja ovat keskeisimpiä toimintajärjestelmiä koskevia aloitteita. Kuten sitoumustyyppiset aloitteet, toimintajärjestelmiin liittyvät aloitteet eivät mitata yritysvastuuta. (Niskala ym. 2013, 54–55.)

Global Reporting Initiative (GRI) on keskeisin yritysvastuuraportoinnin kansainvälinen raportointiohjeisto ja se onkin vaikuttanut raportoinnin käytäntöjen kehitykseen jo vuodesta 2000. GRI:n ohjeisto on viitekehys, jossa määritellään yrityksille periaatteet ja työkalut, joilla ne voivat mitata ja raportoida omaa yritysvastuutaan. (GRI 2016a; Niskala 2014.)

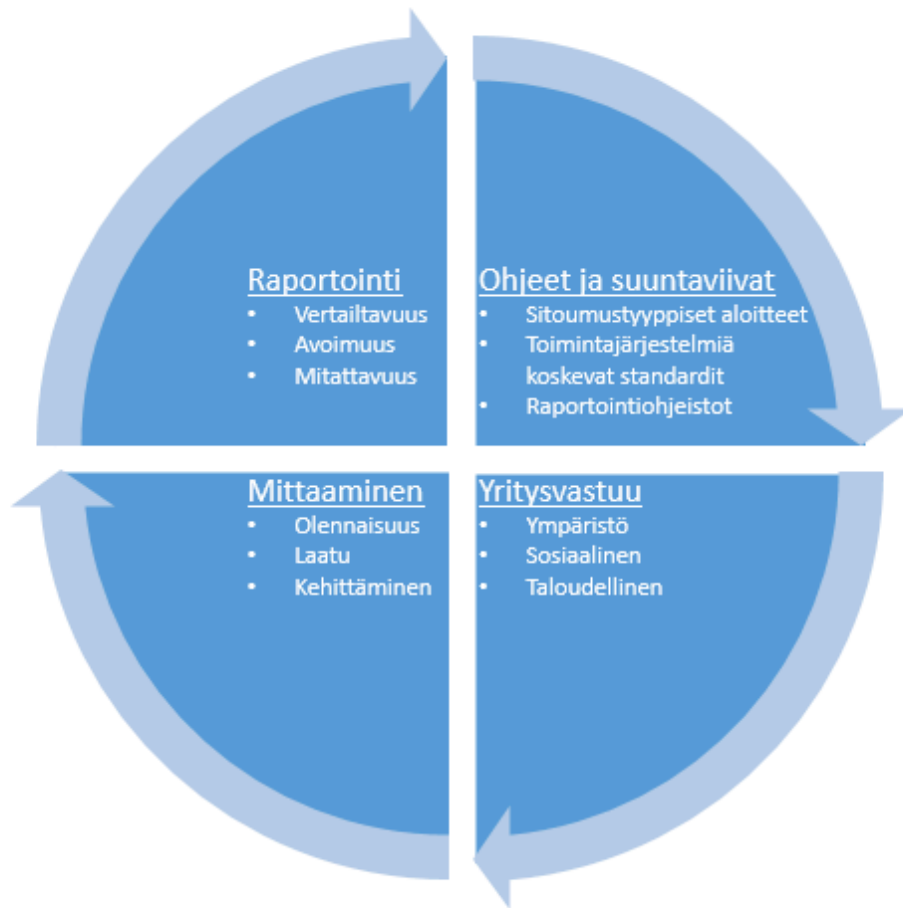
4 Teorian yhteenveto

Tämän opinnäytetyön taustalla on ajatus siitä, että yritysvastuu, sen mittaaminen ja raportointi sekä raportoinnissa ja mittaamisessa auttavat ohjeet ja suuntaviivat kulkevat käsi kädessä. Jokainen näistä osa-alueista vaikuttaa toisiinsa ja muutos yhden osa-alueen kohdalla johtaa muutoksiin myös muissa.

Yritysvastuu, joka jakautuu edelleen kolmeen osa-alueeseen, määrittelee pohjan yritysvastuun mittaamisen ja raportoinnin suuntaviivoille. Erilaisten ohjeiden ja suuntaviivojen tarkoituksena onkin auttaa yrityksiä löytämään juuri heidän liiketoimintansa kannalta tärkeimmät kysymykset, mutta niistä voi saada apua myös itse mittaamiseen ja raportointiin.

Mittaamisen kannalta tärkeimmät seikat ovat sen olennaisuus, eli se että mitataan oikeita asioita, laatu sekä mittareiden jatkuva kehittäminen. Yrityksen on turha käyttää aikaa ja resursseja mittaamalla asioita, jotka eivät liiku lähelläkään yrityksen ydintoimintaa. Mittareita valittaessa on myös hyvä muistaa, että laatu korvaa määrän ja liiketoiminnan muuttuessa myös mittareita on muutettava ja kehitettävä samaan suuntaan.

Raportoinnin tarkoituksena on esittää mitatut asiat sidosryhmille. Kuten mittaamisen kohdalla, myös raportoinnissa voidaan käyttää apuna ohjeistoja ja suuntaviivoja. Raportoinnin lopputuloksena syntyy parhaassa tapauksessa raportti, joka on vertailukelpoinen ja kertoo yrityksen toiminnasta avoimesti ja rehellisesti.



Kuva 3. Tutkimuksen viitekehys

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen suunnittelua, sen toteutusta, sekä tutkimuksen toteuttamiseksi valittuja tutkimusmenetelmiä. Toimeksiantaja, tutkimusongelma – ja tavoitteet on esitelty tarkemmin luvuissa 1.1 ja 1.2. Tutkimukseen valitut toimijat esitellään tarkemmin luvussa 6.1.

5.1 Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu

Tämä tutkimus on osa Kuluttaja-lehdelle toimeksiantona toteutettua laajempaa kehittämisprojektia. Toimeksiannon mukaan, ryhmän tehtävänä oli vertailla Kuluttaja-lehden käyttämiä yritys vastuun testausmenetelmiä muihin yleisesti tunnettuihin yritys vastuun testaus- ja raportointimenetelmiin ja esittää tulokset vertailuna, sekä benchmarkingina. Tulosten pohjalta haluttiin arvio tilanteesta, sekä ehdotuksia Kuluttaja-lehden oman testausmenetelmän kehittämiseen. Lisäksi pyydettiin tarkastelemaan ja vertailemaan erilaisten yritys vastuuraporttien luettavuutta.

Kehitystyön toteuttanut ryhmä koostui kuudesta Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijasta. Yhdistävänä tekijänä opiskelijoilla oli työn lisäksi se, että he kaikki suorittivat samanaikaisesti muitakin vastuullisen liiketoiminnan moduuliin kuuluvia opintoja. Oma roolini ryhmässä oli perehtyä yhdessä toisen opiskelijan kanssa tarkemmin vertailtavien toimijoiden mittaristojen sisältöön, osa-alueisiin ja alakohtiin, sekä esittää tulokset vertailvana benchmarkina. Näin ollen muille ryhmän jäsenille jäi tehtävikseen mittaristojen painoarvojen tarkastelu, sekä yritys vastuuraporttien luettavuuden analysointi.

Opiskelijat saivat toimeksiannon syyskuun alussa 2015 osana Haaga-Helian Strategic CSR – kurssia. Toimeksiantoon käytiin käsiksi heti syyskuun aikana tutustumalla tarkemmin toimeksiannon sisältöön, saatuun aineistoon ja laatimalla alustava aikataulu työn toteuttamiseksi.

Aineistolla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä sitä materiaalia, jonka Kuluttaja-lehti luovutti ryhmälle kehitystyötä varten. Aineisto koostui kahdesta Kuluttaja-lehden hiljattain toteuttamasta yritys vastuun vertailusta, sekä taulukoista ja painoarvoista niiden takana. Materiaaliin kuuluivat vertailut eettisistä lenkkikengistä (numero 6/15) ja kahveista (numero 4/14).

Ennen varsinaisen tutkimuksen aloittamista kartoitettiin millaista yritys vastuuseen ja mittaamiseen liittyvää tutkimustietoa viime aikoina on julkaistu. Syyskuu ja lokakuu käytettiin

aineiston etsimiseen ja läpi kahlaamiseen, sekä tutkimukseen sopivan teorian määrittelemiseen. Teorian ymmärtäminen auttoi myöhemmin, kun yritys vastuun mittaamiseen erikoistuneita työkaluja lähdettiin etsimään internetin ja muun aineiston pohjalta. Alustavan seulonnan läpikäynnin jälkeen työkaluja jäi jäljellä noin 40 kpl. Nämä jaettiin ryhmän kesken tarkempaa tutkimusta varten.

Tavoiteaikataulu tutkimuksen valmistumiselle ja esittelylle toimeksiantajalle oli joulukuussa 2015. Aikataulussa pysyttiin ja kehitystyö esitettiin Kuluttaja-lehden edustajille joulukuun 4. päivä. Kehitystyöstä saatiin paljon positiivista palautetta ja sovittiin, että ryhmä lähettää vielä täydentävät dokumentit viikonlopun jälkeen maanantaina 7. päivä joulukuuta.

5.2 Menetelmävalinnat perusteluineen

Tässä tutkimuksessa käytettiin menetelminä vertailevaa benchmarkingia sekä brainstormingia. Benchmarking soveltuu tähän tutkimukseen, sillä sen avulla verrataan omaa tekemistä muihin ja poimitaan vertailtavien kohteiden toiminnasta parhaat toimintatavat. Menetelmän avulla löydetään keskeiset erot vertailtavien toimijoiden väliltä ja pystytään näin ollen poimimaan sieltä ideoita toimeksiantajan testimittariston kehittämiseen.

Brainstormingia käytettiin siihen, että vertailusta saatiin lukukelpoinen. Vertailtavat toimijat käsittelivät mittaamiaan kohteita hyvin eri termein. Tämän vuoksi aiheet oli ryhmiteltävä jonkinlaisiin kategorioihin. Brainstorming oli tähän tarkoitukseen sopiva työkalu, sillä ideoinnin jälkeen pystyttiin ehdotuksista valitsemaan kaikkein käyttökelpoisimmat ehdotukset.

5.2.1 Benchmarking

Benchmarking on vuorovaikutteinen oppimisen menetelmä, jonka tavoitteena on parantaa omaa toimintaa muilta oppimalla. Menetelmän avulla haetaan parhaita käytäntöjä ja pyritään kehittämään omaa toimintaa tulosten pohjalta. Benchmarking on vertailua, arviointia, oppimista sekä rakentava tapa kyseenalaistaa omia prosesseja ja menettelyitä. Menetelmän tavoitteena ei ole toisten toiminnan jäljittely tai kopioiminen, vaan nimenomaan toisten onnistumisten hyödyntäminen oman suorituskyvyn parantamisessa. (Hotanen, Laine & Pietiläinen 2001, 6-8.)

Benchmarkingin haaste on siinä, miten parhaiden käytäntöjen vahvuudet voidaan havaita ja kuinka niitä voidaan hyödyntää oman toiminnan kehittämisessä. Menetelmä on hyvä vaihtoehto esimerkiksi silloin, kun tavoitteena on toteuttaa käytännössä kehitys- ja parantamideoita uuden suorituskyvyn saavuttamiseksi pelkkien virheiden paikkaamisen sijaan. Benchmarkingin vahvuuksina pidetään muun muassa sitä, että se selvittää määrä-

tietoisesti toiminnan nykytilan, edistää verkostoitumista, sekä mahdollistaa nopean kehittymisen ja hyvien menettelytapojen soveltamisen toimialoilta toisille. (Hotanen ym. 2001, 10.)

5.2.2 Brainstorming

Brainstorming eli idea- tai aivoriihi on menetelmä, jonka avulla pyritään tuottamaan ensin mahdollisimman paljon ideoita ja vasta sitten arvioida niiden laatu, sekä valita niistä käytökelpoisimmat. Perusideana on, että pääkysymys tai ongelma esitetään koko ryhmälle, minkä jälkeen kaikki esitetyt vastaukset kirjoitetaan ylös. Vasta ideoiden keräämisen jälkeen analysoidaan ja arvioidaan vastaukset. Brainstormingin periaatteena on, että määrä tuottaa laatua. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että mitä enemmän ideoita on, sitä enemmän joukosta löytyy myös hyviä ja toteuttamiskelpoisia ideoita. Menetelmän vahvuuksina pidetään ideoiden runsasta määrää ja sitä, että toisten ideoiden pohjalta voi syntyä uusia ideoita. Se myös kannustaa aktiiviseen osallistumiseen sekä innostaa luovaan ja ennakkoluulottomaan ajatteluun. Lisäksi menetelmän avulla voidaan oppia uusia lähestymistapoja käsiteltävään asiaan. (Innokylä 2012; Jyväskylän yliopisto 2010.)

Brainstorming voidaan toteuttaa joko järjestelmällisesti, jolloin jokainen osallistuja esittää oman, uuden ideansa kukin vuorollaan tai järjestäytymättömästi, jolloin ideoita saa esittää heti kun niitä nousee mieleen. Järjestelmällisen menetelmän etuna on se, että se pakottaa hiljaisemmatkin osallistujat mukaan, mutta toisaalta pakonomaisuus voi tuntua painostavalta. Järjestäytymättömässä menetelmässä taas ideointi on rennompaa, mutta ryhmän äänekkäimmät saattavat hallita tilannetta. (Innokylä 2012.)

6 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa käsitellään vertailevan benchmarking-tutkimuksen tuloksia ja vastataan tutkimuskysymyksiin. Kuluttaja-lehdelle tulokset esiteltiin Excel-taulukoiden (liitteet 1, 2 & 3), Prezi-esityksen ja PowerPointin avulla joulukuussa 2015. Tulokset on saatu käyttäen tutkimusmenetelminä vertailevaa benchmarkingia ja brainstormingia.

6.1 Yritysvastuun muut mittaristot

Vertaillaksemme Kuluttaja-lehden testimittaristoa muihin olemassa oleviin mittaristoihin, piti nämä ensin löytää. Yritysvastuuta mittaavia tahoja löytyi useita ja kävimmekin läpi yli 40 erilaista vaihtoehtoa. Tässä vaiheessa tutkimusta teimme kaksi rajausta. Mittariston nettisivujen piti olla saatavilla joko suomeksi tai englanniksi ja muiden maiden kuluttajalehtien mittaristot rajattiin pois, sillä eri maiden kuluttajalehdet ovat tiiviisti yhteydessä toisiinsa ja käyttävät myös osittain samoja mittaristoja testeissään. Tässä opinnäytetyössä rajattiin pois myös sitoumustyyppiset aloitteet, kuten YK:n Global Compact ja toimintajärjestelmiä koskevat ohjeet, sillä ne eivät itsessään mittaa yritysvastuuta.

Seuraavassa vaiheessa jouduimme rajaamaan pois toimijat, jotka eivät paljastaneet mitattavia osa-alueitaan julkisesti. Näitä toimijoita löytyi enemmän kuin odotimme. Yleisin syy mitattavien osa-alueiden, kategorioiden tai alakohtien salaamisen oli niiden käyttö liike-toiminnassa. Toimijat eivät halunneet paljastaa mittaristojaan tai mittausmenetelmiä niiden takana, sillä nimenomaan mittaristot olivat heidän myytäviä tuotteitaan.

Näiden rajausten jälkeen jäljelle jäi 15 toimijaa, jotka pitivät sisällään erilaisia ratkaisuja kuten esimerkiksi indeksejä, yhdistyksiä, aloitteita, instituutteja, suuntaviivoja ja verkostoja. Vertailuun valitut toimijat on esitelty taulukossa 1.

Taulukko 1. Tutkimukseen valitut toimijat

BEPI (Business Environment Performance Initiative)

BEPI on liiketoimintavetoinen aloite, joka auttaa maahantuojia, jälleenmyyjiä ja tuotemerkkejä parantamaan ympäristövastuun suorituskykyään tehtaissa ympäri maailman. BEPI:n tavoitteena on maailma, jossa tehtaas noudattavat ympäristölakeja ja heillä on myös resursseja ja osaamista sen kehittämiseen. (BEPI 2016.)

BITC (The Corporate Responsibility Index)

BITC:n yritys vastuun indeksi haastaa yritykset suunnittelemaan ja tuomaan julki strategioita, jotka ovat keskittyneet vastuullisuuteen. Se toimii myös työkaluna, joka auttaa yrityksiä mittaamaan, hallitsemaan ja yhtenäistämään vastuullisen liiketoiminnan toimintatapojaan. (BITC 2016.)

BSCI Code of Conduct

BSCI on johtava liiketoimintalähtöinen aloite, joka auttaa maahantuoja, jälleenmyyjä ja tuotemerkkejä parantamaan työoloja tehtaissa ja maataloilla ympäri maailman. BSCI:n tavoitteena on maailma, jossa tehtaas ja maatilat noudattaisivat kansallista työlainsäädäntöä ja ILO:n (International Labour Organization) sopimusta työntekijöiden oikeuksista. (BSCI 2016.)

Calvert Responsible Index Series

Calvert Responsible Index Series – indeksit tarjoavat sijoittajille tietokannan, joka muodostuu yrityksistä, jotka etsivät ratkaisuja kestävä kehityksen ja vastuullisuuden ongelmiin ja auttavat näin heitä tekemään vastuullisempia valintoja. (Calvert Investments 2016.)

CIPS Sustainability Index

CIPS Sustainability on Länsi-Englannin yliopiston (University of West England), PRGX:n ja Chartered Institute of Purchasing and Supply:n yhteistyön tulos. Indeks i perustettiin, jotta saataisiin kehitettyä yhtenäinen ja jatkuva kestävä kehityksen mittausjärjestelmä ostotoiminnan tarpeisiin sekä myyjille, että ostajille. (CIPS 2016.)

Corporate Knights (Global 100)

Corporate Knightsin Global 100 indeksi on luokittelu maailman vastuullisimmista yrityksistä. Corporate Knights lehti on julkaissut Global 100 indeksin vuosittain vuodesta 2005

lähtien. Indeksi luotiin tavoitteenaan laatia menetelmä laadulliseen vertailemiseen ja luokittelemaan maailman suurimpia julkisia yhtiöitä. (Corporate Knights 2016.)

ECPI EMU Ethical Equity Index

ECPI EMU Ethical Equity Index koostuu 150:stä eniten rahoitetusta eettisestä yhtiöstä EMU – alueella. ECPI:n indeksien tavoitteena on tarjota oleellinen työkalu riskien ja vastuullisen yritystoiminnan analysoimiseen, sekä ohjata niitä omaisuudenhoidattajia, jotka ovat suuntautuneet kestävän kehityksen asioihin. (ECPI 2016.)

Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Global

ESI Excellence Global sisältää parhaiten arvostellut yritykset vastuullisen liiketoiminnan saralla. Indeksi koostuu yrityksistä, jotka kuuluvat Ethibelin omaan rekisteriin. Rekisteri muodostuu yrityksistä, joilla on luokkansa paras lähestymistapa vastuullisuuteen yhdistettynä eettisiin poissulun kriteereihin. (GISR 2015.)

Ethisphere World's most Ethical Companies

Ethispheren The World's most Ethical Companies – ohjelma palkitsee yrityksiä, jotka suoriutuvat muita paremmin kolmella eri aihealueella; edistää eettisen liiketoiminnan standardeja ja käytänteitä yrityksen sisäisesti, mahdollistaa parempien valintojen tekemisen esimiehille ja työntekijöille, sekä muokkaa tulevaisuuden toimialaa esittelemällä tulevaisuuden ratkaisut jo tänään. (Ethisphere 2016.)

FTSE4 Good Index

FTSE4 Good Index on suunniteltu mittaamaan niiden yritysten suorituskykyä, jotka osoittavat soveltavansa vahvasti yritysvastuun käytänteitä, sen kolmella eri osa-alueella. FTSE4 indeksit on suunniteltu käytettäväksi esimerkiksi rahoitustuotteena, tutkimuksen työvälineenä, referenssinä tai apuna Benchmarkingin tekemisessä. (FTSE Russell 2016.)

GRI (Global Reporting Initiative)

GRI on kansainvälinen aloite, jonka pääasiallisena tavoitteena on luoda yleisesti hyväksytyjä toimintamalleja yritys vastuun raportointiin. GRI julkaisee maailman luotettavimpana pidettyjä GRI Guidelines – suuntaviivoja, jotka auttavat yrityksiä mittaamaan ja ymmärtämään heidän kannaltaan keskeisimpiä yritys vastuun osa-alueita. (GRI 2016b.)

MSCI ESG Intangible Value Assessment

MSCI ESG IVA tarjoaa tutkimustietoa, luokituksia, sekä analyysejä yritysten ympäristö - ja sosiaalisen vastuun kysymyksistä. Erittäin kattavien vertailujen avulla MSCI ESG IVA voi paljastaa sellaisiakin investointiriskejä tai mahdollisuuksia, jotka eivät välttämättä näy tavomaisten analyyysien tuloksissa. (MSCI 2014.)

Newsweek Green Rankings

Newsweek Green Rankings on yksi maailman tunnistetuimmista yritys vastuuta arvioivista tahoista. Se perustuu Corporate Knights Capitalin ja HIP (Human Impact + Profit) Investor Incin tutkimuksiin. Viimeisimmässä, vuoden 2015 projektissa, löydettiin 8 mittaria, joiden avulla mitattiin maailman suurimpien pörssiyritysten ympäristö vastuun suorituskykyä. (Newsweek 2015.)

RobecoSAM Corporate Sustainability Assessment (CSA)

CSA on RobecoSAM:in tärkein työkalu niiden yritysten identifioimiseksi, jotka ovat paremmin varustautuneita tunnistamaan ja vastaamaan nouseviin mahdollisuuksiin ja riskeihin, joita ilmastonmuutos saa aikaan. CSA muodostuu yli 2000 yrityksen vuosittaisista kestävän kehityksen analyyseistä, jotka pitävät sisällään yleensä tärkeimmät indeksit. (RobecoSAM 2016.)

6.2 Mitatuimmat alakohdat

Benchmarkingin jälkeen tulokset koottiin Excel-taulukkaan (liitteet 1, 2 & 3), joka jaoteltiin niin, että yritys vastuun eri osa-alueet esiintyivät kukin taulukkona omalla välilehdellään. Tarkoituksena oli löytää ne alakohdat, joita mitattiin eniten. Alakohdat pisteytettiin sen mukaan, kuinka monta eri toimijaa mittasi kyseistä aihetta. Alakohdat ryhmiteltiin vielä kategorioihin, jotta taulukon tarkastelu olisi helpompaa.

Taulukoiden kokoaminen oli melko haastavaa ja aikaa vievää, sillä monet toimijat kyllä mittasivat samoja aiheita, mutta käyttivät niistä eri nimityksiä. Kokoamista vaikeutti myös se, että vaikka toimijat paljastivatkin alakohdat verkkosivuillaan, he eivät välttämättä avanneet niitä mitenkään.

6.2.1 Ympäristövastuu

Ympäristövastuuta mittasi 11 toimijaa ja alakohtia määriteltiin yhteensä 69 kappaletta 12 eri kategoriaan. Ympäristövastuun mitatuimpiin alakohtiin luettiin kaikki ne, joita mittasi vähintään neljä toimijaa. Taulukossa 2 on esitetty ympäristövastuun mitatuimmat alakohdat mitatuimmasta alkaen. Taulukko sisältää myös lyhyen kuvauksen siitä, mitä kukin alakohta pitää sisällään.

Taulukko 2. Ympäristövastuun mitatuimmat alakohdat

Alakohta	Kuvaus	Mitattu (%)
Vedenkäyttö	Kuinka paljon vettä on nostettu käyttöön eri lähteistä (pintavesi, pohjavesi yms.) ja käytön kokonaismäärä.	72 %
Jätehuolto	Kuinka ympäristöystävällisesti jätehuolto on hoidettu? Kuinka paljon jätettä tuotetaan ja mitä tehdään sen minimoimiseksi?	63 %
Energiankulutus	Paljonko energiaa on käytetty ja kuinka suuri osa siitä on uusiutumatonta ja uusiutuvaa?	54 %
Biodiversiteetti	Työskennelläänkö aktiivisesti luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseksi ja miten?	45 %
Kuljetus & Jakelu	Tuotteiden, palveluiden ja työvoiman	36 %

	kuljetuksen ja jakelun aiheuttamat ympäristövaikutukset ja miten niihin pyritään vaikuttamaan.	
Ympäristöhuolto	Kuinka organisaatiossa kehitetään, toteutetaan ja valvotaan ympäristöpoliittisia kysymyksiä?	36 %
Tuotteet & Palvelut	Kuinka paljon ympäristövaikutuksia on aiheutunut myydyistä tuotteista ja palveluista ja kuinka vaikutuksia pyritään vähentämään?	36 %

6.2.2 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalista vastuuta mittasi 12 toimijaa ja alakohtia määriteltiin yhteensä 89 kappaletta 12 eri kategoriaan. Sosiaalisen vastuun mitatuimpiin alakohtiin luettiin kaikki ne, joita mittasi vähintään neljä toimijaa. Sosiaalisen vastuun kohdalla alakohtia jouduttiin määrittelemään todella paljon. Tämä oli seurausta siitä, että sosiaalisen vastuun kohdalla mitattavia osaluokkia löydettiin runsaasti ja hajonta eri toimijoiden välillä oli kaikista suurinta. Taulukossa 3 on esitetty ympäristövastuun mitatuimmat alakohdat mitatuimmasta alkaen. Taulukko sisältää myös lyhyen kuvauksen siitä, mitä kukin alakohta pitää sisällään.

Taulukko 3. Sosiaalisen vastuun mitatuimmat alakohdat

Alakohta	Kuvaus	Mitattu (%)
Työntekijän terveys & turvallisuus	Työntekijöiden pääsy työterveyshuollon palveluihin ja työturvallisuudesta huolehtiminen.	67 %
Kunnollinen ja tasapuolinen korvaus tehdystä työstä	Lakeja ja paikallista hintatasoa noudattava palkka, sekä samanarvoinen korvaus miehille ja naisille samasta työstä.	42 %
Yhdistymisvapaus & työehtosopimusneuvottelut	Työntekijöillä yhdistymisvapaus, sekä oikeus työehtosopimusneuvotteluihin.	33 %
Lapsityövoima	Ei lapsityövoiman käyttöä.	33 %

6.2.3 Taloudellinen vastuu

Taloudellista vastuuta mittasi 13 toimijaa ja alakohtia määriteltiin yhteensä 43 kappaletta 8 eri kategoriaan. Taloudellisen vastuun mitatuimpiin alakohtiin luettiin kaikki ne, joita mittasi vähintään neljä toimijaa. Pisteraja oli yhden pisteen alhaisempi kuin ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun kohdalla, sillä hajonta eri toimijoiden mittaamien alakohtien välillä oli suurempaa. Taulukossa 4 on esitetty ympäristövastuun mitatuimmat alakohdat mitatuimmasta alkaen. Taulukko sisältää myös lyhyen kuvauksen siitä, mitä kukin alakohta pitää sisällään.

Taulukko 4. Taloudellisen vastuun mitatuimmat alakohdat

Alakohta	Kuvaus	Mitattu (%)
Omistajavalvonta	Onko käytössä omistajavalvonta ja millä säännöin ja kannustimin?	46 %
Korruption vastainen toiminta	Yritetäänkö korruptiota ehkäistä ja millä toimin?	38 %
Kilpailunvastaisten käytäntöjen ehkäisy	Ehkäiseekö yritys omalla toiminnallaan kilpailunvastaisia käytäntöjä ja monopoleja?	23 %
Osakkaiden osallistaminen	Miten ja kuinka paljon osakkaita on osallistettu yrityksen toimintaan?	23 %
Riskienhallinta	Valvotaanko mahdollisia riskejä ja mitä tehdään niiden ehkäisemiseksi?	23 %

6.3 Mitkä ovat Kuluttaja-lehden nykyisen mittariston vahvuudet?

Vertailussa kävi ilmi, että Kuluttaja-lehden nykyinen mittaristo on vertailtujen mittaristojen kärkeä jo nykyisellään. Tämä ilmenee muun muassa mittariston kattavuudessa, olennaisuudessa ja laajuudessa, jotka on määritelty tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

6.3.1 Kattavuus

Vertailtaessa Kuluttaja-lehden nykyistä testimittaristoa muiden toimijoiden mittaristoihin, huomattiin, että mittaristo oli jo valmiiksi hyvin kattava. Kuten luvussa 6.2 mainitaan, ala-

kohdat ryhmiteltiin kategorioiksi taulukon lukemisen helpottamiseksi. Kategorioita luotiin kaiken kaikkiaan 32 kappaletta yritysvastuun kolmeen eri osa-alueeseen ja Kuluttaja-lehden mittaristo kattoi näistä 25 kappaletta. Katteoria laskettiin Kuluttaja-lehden osalta katetuksi, kun mittaristosta löytyi vähintään yksi mittari kustakin kategoriasta.

Kuluttaja-lehden mittaristo osoittautui kattavaksi myös alakohtien määrän suhteen. Alakohtien määrän mukaan mitattuna lehden mittaristo oli kattavin ympäristövastuun osalta. Sosiaalisessa vastuussa se oli toiseksi kattavin ja taloudellisen vastuun osalta kolmanneksi kattavin. Kuva 5 havainnollistaa jokaisen osa-alueen 3 kärjen alakohtien määrän suhteen.

Taloudellinen	Ympäristö	Sosiaalinen
1. RobecoSAM 2. GRI 3. Kuluttaja	1. Kuluttaja 2. GRI 3. MCSI	1. GRI 2. Kuluttaja 3. ECPI

Kuva 4. Mittaristojen kolmen kärki alakohtien määrän suhteen

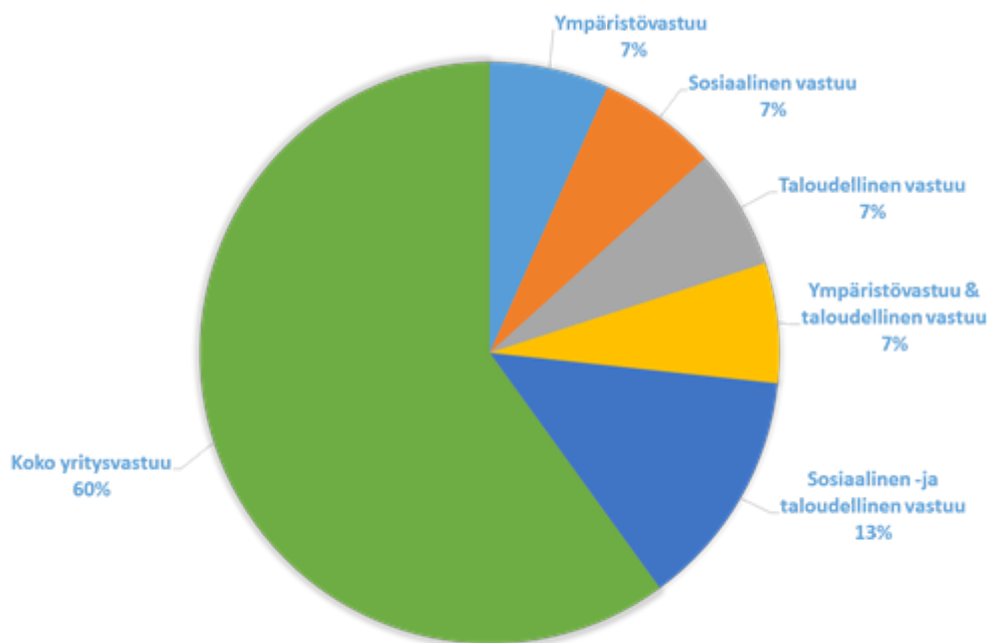
6.3.2 Olennaisuus

Luvussa 6.2 käsiteltiin tämän tutkimuksen mitatuimmat alakohdat. Voidaankin päätellä, että juuri näitä kyseisiä alakohtia pidettiin vertailtavien kesken kaikista olennaisimpina. Kuluttaja-lehden mittaristo otti huomioon lähes kaikki mitatuimmista alakohtista, mikä kertoo mittariston olennaisuudesta. Mittariston olennaisuudesta kertoo myös se, että kaikki mittaristoon otetut alakohdat on mitattavissa. Mittaristoon ei siis ole lisätty alakohtia vain sen vuoksi, että niiden mittaaminen kuulostaisi teoriassa hyvältä.

6.3.3 Laajuus

Kuluttaja-lehden mittaristo voidaan todeta laajaksi jo pelkästään alakohtien suuren määrän suhteen, jota käsiteltiin kattavuudesta kertovassa alaluvussa 6.3.1. Mittariston laajuudesta kertoo kuitenkin myös se, että Kuluttaja-lehti mittasi myös sellaisia alakohtia, joita yksikään muu mittaristo ei ottanut huomioon. Esimerkkeinä näistä ovat muun muassa työntekijöiden kannustimet, ympäristösertifikaatit, sekä due diligence – menettely.

Kaikki vertailuun ottamamme mittaristot eivät mitanneet kaikkia yritysvastuun kolmesta osa-alueesta (ympäristövastuu, taloudellinen vastuu ja sosiaalinen vastuu). Suurin osa toimijoista kuitenkin otti huomioon kaikki osa-alueet. Kuluttaja-lehden mittaristo erosi joistakin toimijoista siinä, että heidän mittaristonsa kattoi kaikki yritysvastuun osa-alueet. Kuva 2 havainnollistaa, miten eri osa-alueiden mittaaminen jakautui vertailtavien toimijoiden kesken.



Kuva 2. Jakauma vertailtujen tahojen mitatuista osa-alueista

6.4 Mitkä ovat Kuluttaja-lehden nykyisen mittariston heikkoudet ja puutteet?

Kuluttajan testimittariston alakohdat kerättiin taulukoihin aineiston perusteella, joka esitellään tarkemmin luvussa 5.1. Aineiston vertailuja läpikäydessä kävi ilmi, että mittaristo jota käytettiin kahvi-vertailussa, oli erilainen kuin lenkkarit-vertailussa käytetty. Mittaristojen erilaisuus johtui siitä, että vertailtavat tuotteet olivat eri tuoteryhmistä ja näin ollen mittaristot oli kustomoitu vastaamaan parhaiten kutakin tutkimusta. Kustomoinnilla tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, että esimerkiksi lenkkarit-vertailun kohdalla mitattiin tarkasti lenkkareiden eri osien valmistamisen vastuullisuutta, eikä ainoastaan lenkkareita valmistavan tehtaan vastuullisuutta.

6.4.1 Kustomointi

Kyseisten testien ja Kuluttaja-lehden lukijoiden kannalta kustomointi oli hyvä asia, sillä näin yksittäisistä tuotteista saatiin tarkemmat tulokset. Ainoastaan tehtaita tai tuotemerkkejä vertailemalla saatetaan yksittäisestä tuotteesta saada vastuullisuuden kannalta väärä

kuva, sillä useat tehtaat ja tuotemerkit valmistavat useita eri tuotteita. Kustomoinnin haittapuolena on se, etteivät Kuluttaja-lehden tuottamat yritysvastuun vertailut ole kovin helposti vertailtavissa toisiinsa, sillä käytössä ei ole yhtä samanlaista mittaristoa. Toisaalta Kuluttaja-lehden tähän mennessä tuottamat yritysvastuuseen liittyvät vertailut ovat toistaiseksi käsitelleet yksittäisiä tuotteita kokonaisten yritysten tai tehtaiden sijaan.

6.4.2 Puuttuvat kategoriat

Kuluttajan testimittariston kattavuudesta ja laajuudesta huolimatta, joidenkin kategorioiden kohdalta ei löytynyt yhtään mittaria. Mittaristo oli kattavin ympäristövastuun osalta, sillä sen alta puuttui mittareita vain yhdestä kategoriasta. Sosiaalisen vastuun osalta mittareita uupui kahdesta ja taloudellisen vastuun puolelta eniten, eli neljästä kategoriasta. Puuttuvat kategoriat on esitelty esimerkkeineen taulukossa 5.

Taulukko 5. Kuluttajan mittaristosta puuttuvat kategoriat

	Kategoria	Esimerkit
Ympäristövastuu	<u>Päästöt</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Hiilidioksidipäästöt - Kasvihuonekaasupäästöt - Ilmakehän päästöjen valvonta & vähentäminen
Sosiaalinen vastuu	<u>Tuotteet</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Tuoteturvallisuus & laatu - Tuotteiden vastuullinen markkinointi - Tuotteiden & palveluiden sosiaaliset vaikutukset
	<u>Sosiaalisen vastuuseen liittyvät strategiset toimet</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Yrityskansalaisuus - Eettisen liiketoiminnan käytännöt - Osallistumiseen rohkaiseminen
Taloudellinen vastuu	<u>Taloudellinen suorituskyyky</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Vastuullinen sijoittaminen - Taloudellinen vakaus - Epäsuorat taloudelliset vaikutukset
	<u>Verot</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Verotuksen läpinäkyvyys - Maksettujen verojen määrä
	<u>Markkinointi</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Markkinointikäytännöt - Kilpailuvastaisten toiminnan ehkäisy - Läsnäolo markkinoilla
	<u>Tutkimus</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Tutkimus - ja kehitystyö - Innovaatiot

6.5 Yhteenveto

Yhteenvetona voidaan tuloksista todeta seuraavaa;

- Kuluttaja-lehden mittaristo pärjasi vertailussa erittäin hyvin
 - Mittaristo kattava, laaja & olennainen
- Yritysvastuuta mittaavia ja arvioivia toimijoita on olemassa useita
 - Monet toimijat eivät paljastaneet mittausmetodejaan julkisesti
- Kuluttaja-lehden mittaristossa haasteena vertailtavuuden ongelma
- Hajonta oli alakohtien osalta suurinta sosiaalisen vastuun osa-alueella
- Kuluttaja-lehden mittaristossa parannettavaa vielä kategorioiden kattavuuden osalta

7 Pohdinta

Tässä luvussa peilataan tutkimuksen tuloksia johdannossa esitettyyn taustaan, arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja esitetään jatkotutkimusehdotukset. Luvussa käsitellään myös sitä, miten hyvin tutkimusongelmiin löydettiin ratkaisut ja minkälaisia kehitysehdotuksia näistä johdettiin. Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi on myös osana tätä lukua.

7.1 Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla

Tutkimusongelmana oli vastata kysymykseen, miten Kuluttaja-lehden nykyistä yritys vastuun testimittaristoa voidaan parantaa? Kysymykseen vastaamiseen käytettiin apuna tutkimuksen alakysymyksiä koskien Kuluttaja-lehden nykyisen mittariston heikkouksia ja vahvuuksia, muita olemassa olevia mittaristoja sekä mittaristojen mitatuimpia alakohtia. Tutkimuksen tuloksia on tarkoitus käyttää tulevaisuudessa Kuluttaja-lehden yritys vastuun testimittariston kehittämiseen.

Tutkimuksen tuloksia voidaan pitää luotettavina, sillä aineisto on kerätty lähteistä, joihin jokaisella olisi ollut mahdollista päästä käsiksi. Saadut tulokset nojautuivat vahvasti edellä esiteltuihin määritelmiin yritys vastuun osa-alueista, sekä raportoinnista ja mittaamisesta. Kehitysprojektin aikana törmättiin myös pitkälti samoihin ongelmiin, mitä teoriapohjassakin on mainittu muun muassa yritys vastuuta koskevaa kritiikkiä koskevassa alaluvussa.

Kuten aiemmin jo mainittiin, yritys vastuuraporttien välillä on suuria eroja ja raportointia onkin kritisoitu siitä, että eri yritysten raporttien vertailu on lähes mahdotonta. Tutkimuksen aikana kävi ilmi, että myös yritys vastuun mittauskäytännöt eroavat toisistaan huomattavasti.

Tutkimus oli erittäin tarpeellinen toimeksiantajalle ja tulokset menivät hyötykäyttöön. Vertaileva tutkimusote oli paras valinta tähän tutkimukseen, sillä kehitystyön ideana oli nimenomaan kartoittaa Kuluttaja-lehden oma tilanne muihin toimijoiden nähden ja tämän myötä löytää keinoja parantaa omaa toimintaa.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimustoiminnassa pyritään välttämään virheitä, mutta silti tulosten luotettavuus ja pätevyys saattaa vaihdella. Tutkimuksessa on arvioitava tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. Laadullista tutkimusta ei usein pidetä kovinkaan yhtenäisenä tutkimusperinteenä ja siksi luotettavuuden arviointiin voidaankin käyttää monia erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuskeskusteluissa nousevat esiin kysymykset totuudesta ja objektiivisesta tiedosta. Näkemykset totuuden luonteesta vaikuttavat aina siihen, miten luotettavuuskysymyksiin suhtaudutaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 216; Tuomi & Sarajärvi 2009, 134.)

Tämä tutkimus perustuu vertailevaan tutkimusotteeseen. Tulokset on saatu benchmarkingin ja brainstormingin avulla, joten tutkimus olisi helppo toteuttaa uudelleen niin, että tulokset olisivat silti samankaltaiset. Toisaalta, tulokset nojaavat tietoihin, jotka vertailtavat toimijat ovat antaneet vuoden 2015 syksyllä. Mikäli tutkimus siis toteutettaisiin uudelleen, olisi mahdollista ja todennäköistä, että toimijat olisivat siihen mennessä korjanneet ja päivittäneet mittaristojaan niin, että joitakin eroja tuloksiin syntyisi.

Tutkimuksen tulokset olisivat myös saattaneet hieman vaihdella, mikäli ryhmällä olisi ollut pääsy kaikkien löydettyjen toimijoiden tietoihin. Harmiksemme jouduimme kuitenkin huomaamaan, että useiden toimijoiden mittaristot olivat joko osittain tai kokonaan salaisia tai niihin olisi päässyt käsiksi vain maksua vastaan.

7.3 Kehitysehdotukset ja sovellettavuus

Tämän tutkimuksen kehittämisehdotukset perustuvat tutkimuksen taulukoista saatuihin tuloksiin. Kuten luvussa 6 mainittiin, kustakin taulukosta poimittiin alakohdat, joita oli mitattu eniten vertailtavien kesken. Ehdotukset on laadittu sen mukaan, mitkä alakohdat saivat eniten pisteitä, eikä niitä löytynyt vielä Kuluttajan omasta testimittaristosta. Taulukosta 6 käy ilmi ehdotetut lisäykset perusteluineen. Taulukon värit viittaavat yritysvastuun osa-alueisiin; vihreä ympäristövastuuseen, sininen sosiaaliseen vastuuseen ja punainen taloudelliseen vastuuseen. Mittariston kattavuuden lisäämiseksi ehdotettiin lisäksi, että Kuluttaja-lehti harkitsisi niiden alakohtien lisäämistä mittaristoonsa, jotka sisältyvät joihinkin niihin kategorioihin, joita mittaristo ei vielä mitannut. Puuttuvat kategoriat on esitelty tarkemmin luvussa 6.4.2.

Taulukko 6. Kuluttaja-lehden mittaristoon ehdotettavat lisäykset

Suorat ja epäsuorat kasvihuonepäästöt	
Perustelu	Kuluttaja-lehden mittaristosta ei löytynyt mittareita mittaamaan ilmanpäästöjä. Ympäristövastuuta mittaavista tahoista 64 % sisällytti mittaristoonsa jonkin ilmanpäästöjä koskevan mittarin.
Kuljetus ja jakelu	
Perustelu	Kuljetuksen ja jakelun ympäristövaikutuksia mittasi ympäristövastuuta mit-

	taavista tahoista 36 %.
Biodiversiteetti	
Perustelu	Ympäristövastuuta mittaavista tahoista 45 % sisällytti biodiversiteetin eli luonnon monimuotoisuuden mittaristonsa. Kuluttaja-lehden mittaristoon sisältyi mittarit maankäytöstä ja metsän hävittämisestä. Biodiversiteetti mittarina ottaisi kuitenkin huomioon myös lajien säilymisen.
Nollatoleranssi syrjinnälle	
Perustelu	Nollatoleranssi syrjinnälle oli merkitty 25 %:iin mittaristoista. Kuluttaja-lehden mittaristosta löytyi mittari ihmisoikeuksista. Nollatoleranssi syrjinnälle ehdotetaan lisättäväksi mittaristoon, mikäli Kuluttaja-lehti ei sisällytä sitä ihmisoikeuksien mittariinsa.
Kilpailuvastaisten käytänteiden ehkäiseminen	
Perustelu	Taloudellista vastuuta mittaavista tahoista 23 % mittasi sitä, yritetäänkö yrityksessä ehkäistä kilpailuvastaisia käytäntöjä. Mittari lukeutui muun muassa GRI:n listalle, joka oli toiseksi aktiivisin mittaaja taloudellisen vastuun osalta.
Korruption vastainen toiminta	
Perustelu	Korruption vastaista toimintaa mittasi 38 % taloudellista vastuuta mittaavista tahoista.
Omistajavalvonta	
Perustelu	Omistajanvalvonnan mittaristonsa sisällytti 46 % taloudellista vastuuta mittaavista toimijoista, mikä teki siitä eniten mitatun alakohdan taloudellisen vastuun osalta.

Tulosten käytännön sovellusmahdollisuudet ovat erittäin hyvät. Kehitysehdotusten lisäämisellä pyritään kehittämään nykyistä testimittaristoa. Ehdotukset ovat selkeitä ja Kuluttaja-lehdelle jää pohdittavakseen ainoastaan se, miten he haluavat kyseisiä alakohtia käytännössä mitata.

7.4 Jatkotutkimusehdotukset

Tästä tutkimuksesta voidaan johtaa muutamia jatkotutkimusehdotuksia. Oletuksena ensimmäiselle esitettävälle jatkotutkimusehdotukselle on, että Kuluttaja-lehti uudistaa testimittaristoaan.

1. Lukijoiden kokemus Kuluttaja-lehden yritysvastuun testeistä ja tutkimuksista. Kokevatko lukijat tulokset ja niihin johtaneet perusteet ymmärrettäviksi? Tuodaanko perusteet tarpeeksi hyvin ilmi?
2. Lukijakysely. Mitkä yritysvastuun osa-alueet lukijat kokevat heille merkityksellisimmiksi? Vertailujen tulokset olisi mahdollista saada helpommin ymmärrettäviksi, mikäli vertailussa keskityttäisiin vain esimerkiksi yhteen yritysvastuun osa-alueeseen.

7.5 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi on ollut kokonaisuudessaan erittäin kehittävä ja opettavainen. Vaikka kehittämistyön aikana törmättiinkin moniin haasteisiin, koen sen silti olleen yksi opettavaisimmista töistä tutkintoni aikana.

Haasteita aiheutui kehitystyön aikana muun muassa tiedon rajallisesta saatavuudesta, mutta toisaalta myös työn rajaamisesta. Pian kehitystyöhön ryhtymisen jälkeen huomattiin, että monet toimijoista eivät tarjonneet tietoa mittaristoistaan julkisesti, vaan niihin tarvittiin joko erillinen pääsy tai tiedon saamisesta olisi täytynyt maksaa. Tämän vuoksi jotkin potentiaaliset mittaristot täytyi jättää pois jo alkuvaiheessa, sillä tutkimuksen tekemiseen ei ollut varattu rahaa. Rajaaminen taas tuotti haasteita siinä mielessä, että yritysvastuuta mittaavia toimijoita on maailmanlaajuisesti runsaasti. Tutkimuksen rajaaminen 15 olennaisimpaan löytämäämme toimijaan auttoi pitämään tutkimuksen kasassa.

Kehitystyötä lähdettiin tekemään koko ryhmän kanssa tarmokkaasti alusta alkaen. Projektisuunnitelma tehtiin, mutta sitä jouduttiin luonnollisesti korjailemaan projektin aikana useita kertoja. Koen kuitenkin, että työ lähti kunnolla käyntiin vasta kun ymmärsimme jakaa projektin pienempiin osiin ja ryhmämme työpareiksi. Olen tyytyväinen siihen, ettei ryhmä myöskään jäänyt liiaksi pohtimaan keskenään vaikeita ja epäselviä asioita, vaan otimme niistä rohkeasti selvää yhdessä työn ohjaajan kanssa.

Kokonaisuudessaan olen tyytyväinen lopputulokseen, sekä kehitystyön että opinnäytetyön osalta. Opinnäytetyö valmistui loppuen lopuksi hitaammin kuin olin ajatellut, sillä sain työtarjouksen, josta en voinut kieltäytyä. Täyden työviikon tekeminen, sekä opinnäytetyön kirjoittaminen vaati kurinalaisuutta etenkin prosessin loppusuoralla.

Lähteet

BEPI 2016. Business Environmental Performance Initiative. What we do. Luettavissa: <http://www.bepi-intl.org/content/what-we-do-1>. Luettu: 1.5.2016

BITC 2016. Business in the Community. About the CR Index. Luettavissa: <http://www.bitc.org.uk/services/benchmarking/cr-index/about-cr-index>. Luettu: 1.5.2016.

Blowfield, M. & Murray, A. 2014. Corporate Responsibility. Third edition. Oxford University Press. Oxford.

BSCI 2016. Business Social Compliance Initiative. What we do. Luettavissa: <http://www.bsci-intl.org/content/what-we-do-0>. Luettu: 1.5.2016.

Calvert Investments 2016. Calvert Responsible Index Series. Luettavissa: <http://www.calvert.com/resources/calvert-responsible-index-series>. Luettu: 1.5.2016.

CIPS Sustainability Index. About. Luettavissa: <https://cips-sustainabilityindex.com/about/>. Luettu: 15.4.2016.

Corporate Knights 2016. 2016 Global 100. Raportti. Luettavissa: <http://www.corporateknights.com/reports/2016-global-100/>. Luettu: 1.5.2016.

ECPI 2016. ECPI EMU Ethical Equity Index. Index Rules. Luettavissa: http://www.ecpigroup.com/wp-content/uploads/2015/04/ECPI_Emu_Ethical_Equity_INDEX_RULES.pdf. Luettu: 15.4.2016.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2016. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Luettavissa: <http://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>. Luettu: 20.5.2016.

Epstein Marc, J. & Buhovac Rejc, A. 2014. Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental and Economic Impacts. Second edition. Greenleaf Publishing Limited. Sheffield.

Ethisphere 2016. Home. Luettavissa: <http://worldsmoethicalcompanies.ethisphere.com/>. Luettu: 15.4.2016.

FIBS 2016a. Yritysvastuu. Luettavissa: <http://www.fibsry.fi/fi/yritysvastuu>. Luettu: 10.3.2016.

FIBS 2016b. Määritelmä, normit ja historia. Luettavissa: <http://www.fibsry.fi/fi/yritysvastuu/maaritela-normit-ja-historia>. Luettu: 10.3.2016.

FIBS 2016c. Yritysvastuun osa-alueet. Luettavissa: <http://www.fibsry.fi/fi/yritysvastuu/yritysvastuun-osa-alueet>. Luettu: 15.3.2016.

FTSE Russell 2016. FTSE4Good Index Series. Luettavissa: <http://www.ftse.com/products/indices/FTSE4Good>. Luettu: 15.4.2016.

GISR 2015. Global Initiative for Sustainability Ratings. Ethibel® Sustainability Index (ESI) Excellence Global. Luettavissa: <http://ratesustainability.org/hub/index.php/search/at-a-glance-product/15/71>. Luettu: 1.5.2016.

GRI 2016a. Global Reporting Initiative. Information. Luettavissa: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>. Luettu: 20.4.2016.

GRI 2016b. Global Reporting Initiative. GRI at a glance. Luettavissa: <https://www.globalreporting.org/information/news-and-press-center/press-resources/Pages/default.aspx>. Luettu: 15.4.2016.

Harmaala, M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sanomapro. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Hotanen, J., Laine, R. & Pietiläinen, S. 2001. Benchmarking-opas. Opi hyviltä esikuvilta! Suomen laatukeskus koulutuspalvelut Oy. Helsinki.

Innokylä 2012. Aivoriihi. Luettavissa: <https://www.innokyla.fi/web/malli109565>. Luettu: 16.11.2015.

Jussila, M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. Infor. Vantaa.

Jyväskylän Yliopisto. Avoimen yliopiston Koppa. Ideariih. Luettavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/mit/tietotekniikan-opetuksen-perusteet/Opetusmenetelmista-ja-lahestymistavoista/Opetusmenetelmat/ideariih>. Luettu: 16.11.2015.

Kuisma, J. 2015. Mainetta ja tulosta. Yritysvastuun johtamisen lyhyt oppimäärä. Bookwell Oy. Porvoo.

Kuisma, M. & Temmes, A. 2011. Yritysten vastuuraportointi. Teoksessa Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen J. (toim.) Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa, s. 267–282. Gaudeamus Helsinki University Press. Helsinki.

Kuluttaja 2015a. Etusivu. Luettavissa: <http://kuluttaja.fi/>. Luettu 3.11.2015.

Kuluttaja 2015b. Mediatiedot. Luettavissa: <https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQt98TgMBVjZVFU10gLZPkyYaruse03PcrfZuRwEz9OV0Qx3VoEwg>. Luettu: 5.10.2015.

Kuluttaja 2015c. Ympäristö ja etiikka. Luettavissa: <http://kuluttaja.fi/vertailuaiheet/ymparisto-ja-etiikka/>. Luettu: 20.5.2016.

Malmelin, K. 2011. Arvojen markkinat. Oikeuttavat arvomaailmat suomalaisten suuryritysten yritys vastuupuheessa. Akateeminen väitöskirja. Helsingin yliopisto. Unigrafia 2011. Luettavissa: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/27402/arvojenm.pdf>. Luettu: 18.5.2016.

MSCI 2014. MSCI ESG Intangible Value Assessment. Factsheet. Luettavissa: https://www.msci.com/resources/factsheets/MSCI_ESG_IVA.pdf. Luettu: 15.4.2016.

Mäkelä, H. 2013. Paljon puhetta yritys vastuusta. Verkkolehti Alusta!. Tampereen yliopisto. Luettavissa: <http://alusta.uta.fi/artikkelit/2013/02/14/paljon-puhetta-yritys vastuusta.html>. Luettu: 18.5.2016.

Lehtipuu, P. & Monninen, S. 2007. Synergia: Vastuullisen yritystoiminnan menestysmalli. Talentum Media Oy. Helsinki.

Newsweek 2015. Green 2015. Luettavissa: <http://www.newsweek.com/green-2015>. Luettu: 15.4.2016.

Niskala, M. 2014. Yritysvastuun liiketoimintavaikutusten mittaaminen korostuu tulevaisuudessa. APRO Aalto University Professional Development. Luettavissa: <http://www.aaltopro.fi/blog/yritysvastuun-liiketoimintavaikutusten-mittaaminen-korostuu-tulevaisuudessa>. Luettu: 16.3.2016.

Niskala, M., Pajunen, T. & Tarna-Mani, K. 2013. Yritysvastuu. Raportointi- ja laskentaperiaatteet. Bookwell Oy. Porvoo.

Pajunen, T. 2014. Suomalaisyhtiöiden yritysvastuun mittaaminen ja raportointi huipputasolla. Mitopro. Luettavissa: <http://www.mitopro.fi/suomalaisyhtioiden-raportointi-huipputasolla/>. Luettu: 20.4.2016.

RobecoSAM 2016. RobeSAM Corporate Sustainability Assessment. Benchmarking corporate sustainability performance. Luettavissa: <http://www.robecosam.com/en/sustainability-insights/about-sustainability/robecosam-corporate-sustainability-assessment.jsp>. Luettu: 1.5.2016.

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu. Kestävää kehitystä organisaatiotasolla. Wsoy. Helsinki.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Livonia Print. Latvia.

Liite 1. Taloudellisen vastuun vertailutaulukko

Categories	Dimensions	Kutubajoint	CIPS	GRI	Corporate Knights	Calvert	FTSE	Ethibel exé	ECPI	NW Green	Robecsam	BTC	Ethisphere	MCSI	Row Total
Economic Performance	Clean capitalism pay link				X									X	1
	Economic instability														1
	Financial assistance from government			X	X										2
	Financial performance			X		X									2
	Financial implications of climate change			X											1
	Financial Robustness		X												1
	Inclusive prosperity & impact					X									1
	Indirect economic impacts														1
Monitoring	Responsible investment			X							X		X		2
	Effectiveness of internal controls & Contractual trade terms							X							1
	CSR Reporting	X													1
	Efficiency of the board of directors & CSR Reporting verification						X								1
	Measurement systems	X								X					1
	Scorecards									X					1
	Transparency and efficiency in ex-Transparent lobbying						X								1
	Transparency and integrity of influence strategies & practices							X			X				1
Strategy	Business integrity and ethics		X			X			X	X			X	X	2
	Corporate governance														1
	CSR Strategy	X													1
	Management structure	X													1
Taxes	Sustainability board committee								X						1
	Percentage tax paid				X										1
Market	Tax Transparency					X					X				2
	Brand management									X					1
	Market opportunities									X					1
	Market Preceice			X											1
Stakeholder relations	Marketing practices									X					1
	Prevention of anti-competitive pract.			X				X					X		3
	Customer relationship management									X					1
	Procurement practices														1
Research	Respect of shareholder's rights			X				X	X						2
	Shareholder engagement	X			X					X	X				1
	Stakeholder engagement														1
	Innovation capacity/management		X							X					2
Risk	Research & development				X					X					1
	Superior research														1
	Anti-corruption					X		X		X			X		5
	Due Diligence process														1
Total:	Price risk management		X							X					1
	Climate change risks & opportunities			X		X									1
Total:		8	4	9	3	4	4	7	2	1	13	4	1	6	3

Liite 2. Sosiaalisen vastuun vertailutaulukko

Categories	Dimensions	Kokitusajajähti	CIPS	GRI	Corporate KRIKRIIS	BSCI	FTSE	Ethiperm	Ethibel exm.	ECPI	Robecoam	RIIC	MSCI	Row Total			
Employment	Employees turnover	x		x	x									1			
	Return to work & retention rate	x		x	x									2			
	Employee Practice	x	x	x										2			
	Assessment	x	x	x										2			
Monitoring	Lost days & absenteeism	x		x	x									1			
	Supplier assessment for labor practices	x		x	x									1			
	Social reporting	x		x	x									2			
	Access to healthcare	x		x	x									2			
Working conditions	Number of work-related fatalities	x		x	x									2			
	Occupational health & safety	x		x	x									2			
	Lost time injury rates	x		x	x									1			
	Prevalence of health & nutrition	x		x	x									1			
Training & education	Chemical safety	x		x	x									1			
	Help with health & safety issues	x		x	x									1			
	Privacy & data security	x		x	x									1			
	Health and safety training	x		x	x									3			
Customers	People management & development	x	x	x										2			
	Career planning & professional availability	x		x	x									2			
	Youth unemployment & talent development	x		x	x									1			
	Talent attraction & retention	x		x	x									1			
Products	Human capital development	x		x	x									2			
	Customer engagement	x		x	x									1			
	Customer health & safety	x		x	x									1			
	Customer responsibility	x		x	x									2			
Society	Information for customers	x		x	x									1			
	Responsible customer relations	x		x	x									1			
	Customer satisfaction	x		x	x									1			
	Product and service labeling	x		x	x									1			
Human rights	Product safety & quality	x		x	x									2			
	Social impact of products & services	x		x	x									1			
	Sale of banned or disputed products	x		x	x									1			
	Product safety & quality	x		x	x									1			
Labor & equality	Fair marketing communications	x		x	x									2			
	Supplier assessment for impacts on society	x		x	x									1			
	Public policy	x		x	x									2			
	Contribution to economic and social	x		x	x									2			
Strategy	Human rights & community	x		x	x									4			
	No discrimination	x		x	x									3			
	Community relations	x		x	x									3			
	Child labor	x		x	x									3			
Support/nature management	Human rights & community	x		x	x									4			
	No precatious employment	x		x	x									3			
	Forced or compulsory labor	x		x	x									3			
	Diversity & equal opportunity	x		x	x									4			
Suppliers	Freedom of association and collective	x		x	x									1			
	Access to finance	x		x	x									2			
	Fair Pay	x		x	x									2			
	Investments on human rights agreements	x		x	x									2			
Suppliers	Labour Standards	x		x	x									2			
	Promotion of labour relations	x		x	x									2			
	Employee incentives	x		x	x									2			
	Fair & equal remuneration/ quality of	x		x	x									2			
Suppliers	Culture of ethics	x		x	x									2			
	Ethical business behaviour	x		x	x									2			
	Encouragement of participation	x		x	x									2			
	Corporate Citizenship & philanthropy	x		x	x									2			
Suppliers	Reorganisation policy	x		x	x									2			
	Ethics and compliance program	x		x	x									2			
	Leadership, innovation and reputation	x		x	x									2			
	Supporting youth & future talent	x		x	x									2			
Suppliers	Special protection of young workers	x		x	x									2			
	Promoting healthy lifestyle	x		x	x									2			
	Percentage women on board of directors	x		x	x									2			
	Person Fund Status	x		x	x									2			
Suppliers	Supplier engagement	x		x	x									2			
	Supplier human rights assessment	x		x	x									2			
	Supplier impacts on society assessment	x		x	x									2			
	Sustainable relationships with suppliers	x		x	x									2			
Suppliers	Social factors within the supply chain	x		x	x									2			
	Supply chain labor standards	x		x	x									2			
	Standards for suppliers	x		x	x									2			
	Total:	26	5	40	5	9	4	4	18	1	8	12	13				

Liite 3. Ympäristövastuun vertailutaulukko

Categories	Dimensions	Kulttuuriajantili	CIPS	GRI	BEPI	FTSE	Ethibel-Eke	ECPI	NW Green	RobecoSAM	BITC	MCSI	Row Total	
Emissions	Atmospheric emissions management			x	x		x				x		3	
	Toxic emissions											x	2	
	Carbon emissions											x	1	
	Ozone-depleting substances											x	1	
Energy	Greenhouse gas emissions		x	x	x		x		x	x			4	
	Energy consumption									x			1	
	Electricity generation												1	
	Energy efficiency												1	
Biodiversity	Energy intensity											x	1	
	Opportunities in renewable energy												1	
	Reduction of energy consumption												1	
	Energy/Productivity												1	
Water	Biodiversity											x	3	
	Land use												1	
	Habitats protected or restored												1	
	Deforestation												1	
Products	Sustainable property												1	
	Water management/ water use												1	
	Water stress												1	
	Water recycled & reused												1	
Waste	Water Productivity												1	
	Life cycle of products												1	
	Production process												1	
	Products & services												1	
Pollution	Development of green products & services												1	
	Product carbon footprint												1	
	Packaging material & waste												1	
	Opportunities in clean tech												1	
Materials	Opportunities in Green building												1	
	Green revenue score												1	
	Waste management												1	
	Electronic waste												1	
Supply chain	Reducing waste												1	
	Local pollution management												1	
	Pollution & Resources												1	
	Restricted substance list												1	
Strategy	Pollution prevention & chemicals												1	
	Contaminated land, soil & ground-water prevention												1	
	Materials used (by weight or volume)												1	
	Resource utilisation												1	
Monitoring	Raw material sourcing												1	
	Use of recycled materials												1	
	Recycling												1	
	Sustainable sourcing and materials												1	
Miscellaneous	Supplier Environmental assessment												1	
	Supply chain management												1	
	Integration of environmental factors in the supply chain												1	
	Operational Eco-efficiency												1	
Total:	Transport & Distribution												1	
	Environmental management												1	
	Environmental strategy & eco-design												1	
	Environmental strategy & policy												1	
Green Pay link	Overall investments												1	
	Environmental certifications												1	
	Climate change governance												1	
	Climate change strategy												1	
Green Pay link	Sustainability board committee												1	
	Environmental reporting												1	
	Compliance												1	
	Monitoring program												1	
Green Pay link	Environmental auditing												1	
	Climate Change												1	
	Environmental nuisances												1	
	Financial environment impact												1	
Green Pay link	Insuring climate change risk												1	
	Precautionary principles												1	
	Buyers environmental training												1	
	Green Pay link												1	
Total:		26	7	22	12	4	13	4	x	7	11	8	17	